

Экспортный гид

Молочная продукция



Египет



Экспортный гид

Молочная продукция



Египет

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта молочной продукции в Египет. 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 взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт молочной продукции в Египет.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2021.

© 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.



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	10
1. Краткий обзор — Египет.....	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции	21
1.3. Деловая среда	22
1.4. Демографические тенденции.....	24
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	25
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.1.1. Питьевое молоко и сливки.....	37
2.1.2. Кисломолочная продукция	45
2.1.3. Сухое молоко	54
2.1.4. Сливочное масло	63
2.1.5. Сыры	73
2.1.6. Сывороточные ингредиенты.....	85
2.1.7. Мороженое.....	93
2.2. Потребительские предпочтения	102
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	103
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	109
3. Стандарты на продукцию	114
3.1. Требования к производителям	116
3.2. Требования к продукции	118
3.3. Требования к упаковке и маркировке	121
4. Барьеры входа на рынок.....	124
4.1. Особенности таможенных процедур	126
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	129
5. Организация экспортных поставок	133
5.1. Логистика	135
5.2. Формы присутствия на рынке	142
5.3. Защита интеллектуальной собственности.....	146

6. Продвижение продукции	150
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	152
6.2. Отраслевые выставки.....	154
7. Особенности деловой культуры	155
8. Преимущества и риски осуществления поставок.....	160
8.1. Преимущества.....	162
8.2. Риски	162
9. Карта действий экспортера	164
10. Контактная информация	168
11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	173
Приложение №1. Особые экономические зоны	181
Приложение №2. Нормативно-правовая база	185

Резюме

- Египет — государство в Северной Африке с населением свыше 100 млн человек, при этом 42% жителей — в возрасте до 20 лет. Численность населения страны растет на 2% в год. Большинство египтян проживает в долине реки Нил, в то время как большую часть территории (около 1 млн км²) занимает пустыня с малонаселенными районами. По итогам 2020 г. ВВП в текущих ценах составил 363,2 млрд долл. США, ВВП на душу населения по ППС — 12 788 долл. США. Уровень урбанизации — 42,7%.
- Сельское хозяйство обеспечивает 11,4% ВВП (34 млрд долл. США) и почти четверть (23,8%) занятости населения страны. Основные виды экспортной продукции АПК — цитрусовые, виноград, картофель, лук. Египет является чистым импортером продовольствия. Главные категории импорта — пшеница, кукуруза, соевые бобы, говядина.
- Пандемия оказала негативное влияние на экономику Египта, в первую очередь на туристический бизнес, что привело к сокращению доходов, оттоку капитала и снижению экономической активности в стране. Из-за этого вектор потребления смещается в сторону более дешевых продовольственных товаров и базовых продуктов, к которым относится и молочная продукция.
- Египет — крупный рынок молока и молочных продуктов. Они являются неотъемлемой частью национальной культуры питания, а туристический сектор страны формирует еще больший спрос на данную категорию продовольственных товаров.
- Согласно оценкам Euromonitor International, стоимостной объем рынка молочной продукции Египта в 2020 г. составил 3 689 млн долл. США. В среднесрочной перспективе прогнозируется рост рынка на 4% в год как за счет увеличения численности населения, так и за счет развития туризма — до 4 527 млн долл. США в 2026 г. Наиболее высокий рост ожидается в таких категориях как мороженое, кисломолочная продукция, сухое и концентрированное молоко.
- В течение последних пяти лет производство сырого молока в Египте находится на уровне более 5 млн тонн в год. Правительство прилагает усилия для развития сектора, что, согласно прогнозам, позволит увеличить производство молока и молочных продуктов в стране.
- В 2020 г. импорт молока и молочных продуктов составил 635,1 млн долл. США, что на 1,5% ниже, чем в 2019 г., и на 16,2% ниже, чем в 2012 г. Египет входит в топ-20 крупнейших в мире импортеров молочной продукции, занимая второе место в Африке (после Алжира). В структуре импорта в стоимостном выражении преобладают поставки сухого молока, на которые в 2020 г. приходилось 41,8% от общего объема. Далее следуют сливочное масло, сыры и сывороточные ингредиенты с долями 24,7, 18,8 и 13,4% соответственно.

- Основными экспортерами молочных продуктов в Египет являются страны ЕС, Новая Зеландия и США, на которые в 2020 г. пришлось около 78% от общего объема импорта в стоимостном выражении. На фоне снижения поставок из Новой Зеландии произошла переориентация в пользу продукции из США, поставки которой увеличились в 2020 г. в стоимостном выражении более чем в 2 раза.
- Российские экспортеры, также как и поставщики из США и Новой Зеландии, выходят на рынок Египта по ставке РНБ. При этом страны ЕС поставляют молочную продукцию по льготным ставкам ввозных таможенных пошлин в рамках ССТ. Ставки ввозных таможенных пошлин Египта для большинства видов российской молочной продукции довольно низкие (0–5%), за исключением отдельных видов продукции кодов ТН ВЭД 0402 (до 16,67%), 0406 (до 10%) и 2105 (45%).

Список сокращений

Англоязычные сокращения

ACID	Advance Cargo Information Declaration — предварительная декларация о грузе
B2B	Business-to-business — коммерческие взаимоотношения между организациями
CAPMAS	Central Agency for Public Mobilization and Statistics — Центральное агентство по мобилизации общественности и статистике
EMIS	Emerging Markets Information Service — Информационная служба по развивающимся рынкам
FIOS	Free In and Out Stowed — условие перевозки, означающее, что фрахт не учитывает стоимости выгрузки с судна
GAFI	General Authority for Investment and Free Zones — Главное управление по свободным зонам и инвестициям
GAIN	Global Agricultural Information Network — Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть
GASC	General Authority for Supply Commodities — Агентство госзакупок продовольствия
GOEIC	General Organization for Export and Import Control — Главная организация по контролю за экспортом и импортом Египта
IAF	International Accreditation Forum — Международный форум по аккредитации
IEC	International Electrotechnical Commission — Международная электротехническая комиссия
IFCN	International Farm Comparison Network — Международная сеть сравнительного анализа фермерских хозяйств
ILAC	International Laboratory Accreditation Cooperation — Международная организация по аккредитации лабораторий
Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра

Список сокращений

MRL	Maximum Residue Limit — предельно допустимый уровень остаточного содержания пестицидов
NFSA	National Food Safety Authority — Национальное управление по безопасности пищевых продуктов Египта
UN Comtrade	United Nations Commodity Trade Statistics Database — база данных ООН по статистике торговли товарами
USDA	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США
USDA FAS	U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service — Зарубежная сельскохозяйственная служба Министерства сельского хозяйства США

Русскоязычные сокращения

АПК	агропромышленный комплекс
ВВП	валовой внутренний продукт
ВТО	Всемирная торговая организация
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЗСТ	зона свободной торговли
КРС	крупный рогатый скот
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ОЭЗ	особая экономическая зона
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РНБ	режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	региональные органы управления агропромышленным комплексом
СОМ	сухое обезжиренное молоко

Список сокращений

ССТ	соглашение о свободной торговле
СФС-меры	санитарные и фитосанитарные меры
СЦМ	сухое цельное молоко
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение





Египет — крупнейшая арабская страна с населением свыше 100 млн человек, основная часть которого сосредоточена в долине реки Нил, где находятся плодородные земли. Засушливые малонаселенные районы пустыни занимают почти всю территорию страны. В октябре 2019 г. Президент РФ Владимир Путин анонсировал начало переговоров о создании зоны свободной торговли между ЕАЭС и Египтом.

Общие сведения (2020 г.)

ВВП (в текущих ценах): 363,2 млрд долл. США

Рост ВВП: 3,6%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 12 788 долл. США

Уровень инфляции: 5,7%

Приток ПИИ: 9 млрд долл. США (2019 г.)

Население: 102,9 млн человек

Площадь: 995 450 км²

Крупнейшие города по численности населения (2010 г.): Каир (12,2 млн), Александрия (5,0 млн), Гиза (4,0 млн), Шубра Эль-Хейма (3,1 млн), Порт-Саид (1,6 млн)

Уровень урбанизации: 42,7%

Уровень безработицы: 10,5%

Структура ВВП: сельское хозяйство (11,4%), промышленность (36,7%), сфера услуг (52%)

Структура занятости: сельское хозяйство (23,8%), промышленность (27,7%), сфера услуг (48,5%)

Основные товары экспорта: нефть и нефтепродукты; драгоценные металлы и камни; пластмассы; электрические машины и оборудование; фрукты и орехи

Основные товары импорта: нефть и нефтепродукты; оборудование и механические устройства; злаки; средства наземного транспорта; электрические машины и оборудование

Объем экспорта: 26,8 млрд долл. США

Объем импорта: 60,3 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ЮНКТАД, ООН, МОТ, ITC Trade Map, Центральное агентство по мобилизации общественности и статистики Арабской Республики Египет

Краткий обзор – Египет





Содержание

1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Деловая среда

1.4.

Демографические тенденции

1.5.

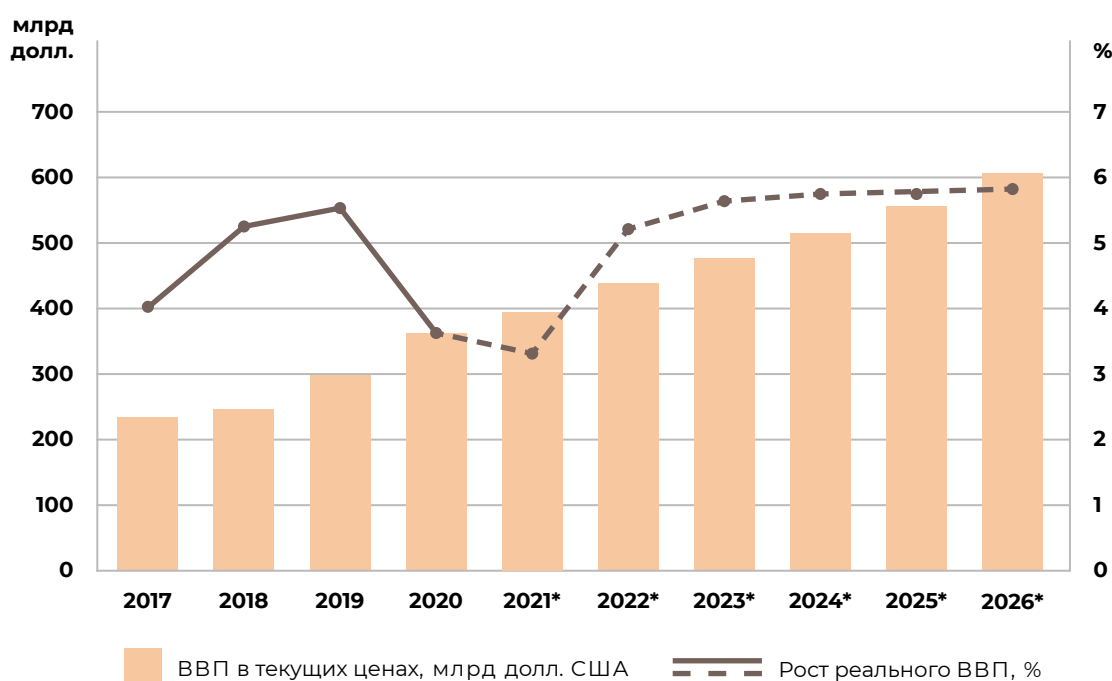
Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

В ноябре 2016 г. правительство Египта достигло соглашения с МВФ о выделении кредита в размере 12 млрд долл. США в рамках программы Фонда расширенного финансирования (Extended Fund Facility). Для получения кредита власти Египта девальвировали национальную валюту сразу на 48% с возможностью изменения обменного курса. По линии Фонда (вплоть до 2019 г.) страна считалась одним из самых динамично развивающихся рынков. Наблюдался высокий уровень доходов от туризма и поступлений от эмигрантов. Египет ввел в промышленную эксплуатацию «Зохран» — крупнейшее газовое месторождение на шельфе Средиземного моря.

Несмотря на экономические последствия пандемии, по оценкам МВФ, в 2020 г. темпы роста ВВП Египта составили 3,6%. В 2021 г. ожидалось снижение до 3,3%, а к 2026 г. темпы роста прогнозируются на уровне 5,8%. Для стабилизации экономики и платежного баланса в июне 2020 г. МВФ предоставил стране дополнительный кредит в размере 5,2 млрд долл. США сроком на 1 год.

Рис. 1. Динамика ВВП Египта, 2017–2026 гг.

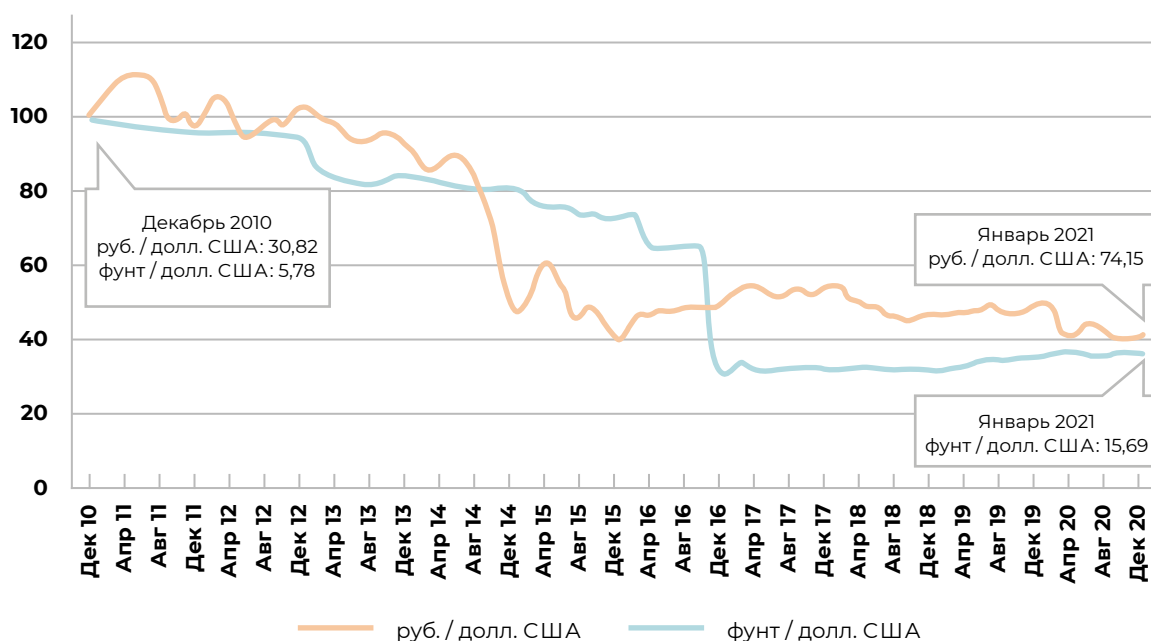


Источник: МВФ (доклад World Economic Outlook)

Примечание. *прогноз.

Девальвация египетского фунта в 2017 г. привела к скачку инфляции. Тем не менее, разумная макроэкономическая политика и структурные реформы положительно влияют на экономику страны.

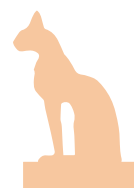
Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и египетского фунта к доллару США, декабрь 2010 г. – январь 2021 г.



Источник: Банк международных расчетов

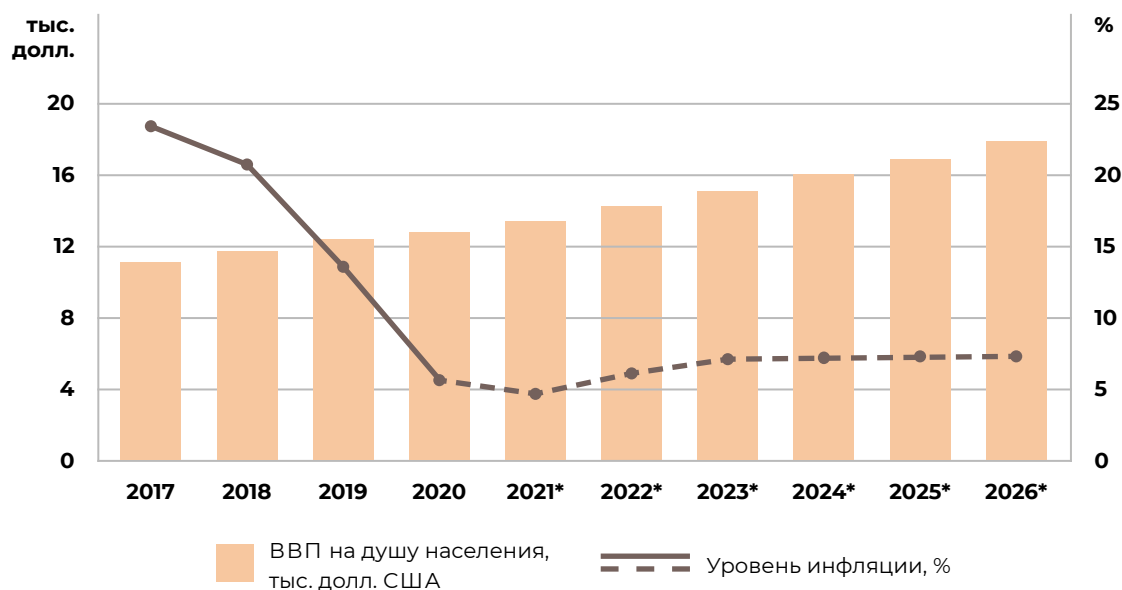
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

ВВП по ППС на душу населения повышается с 2017 г. и, по прогнозам, продолжит расти. В 2020 г. уровень инфляции снизился до 5,7%, однако в перспективе до 2026 г. превысит 7% на фоне дальнейшего экономического роста. По данным Всемирного банка, уровень безработицы, достигнув максимального значения 13,2% в 2013 г., понизился до 10,5% в 2020 г. При этом официальная статистика может не отражать полной картины, поскольку на долю теневого сектора приходится 30–40% доходов работников и почти 50% занятости в других отраслях, помимо АПК¹.



¹ Mabrouk, Mirette et al. Rethinking Egypt's Economy (Переосмысление экономики Египта).

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг.



Источник: МВФ

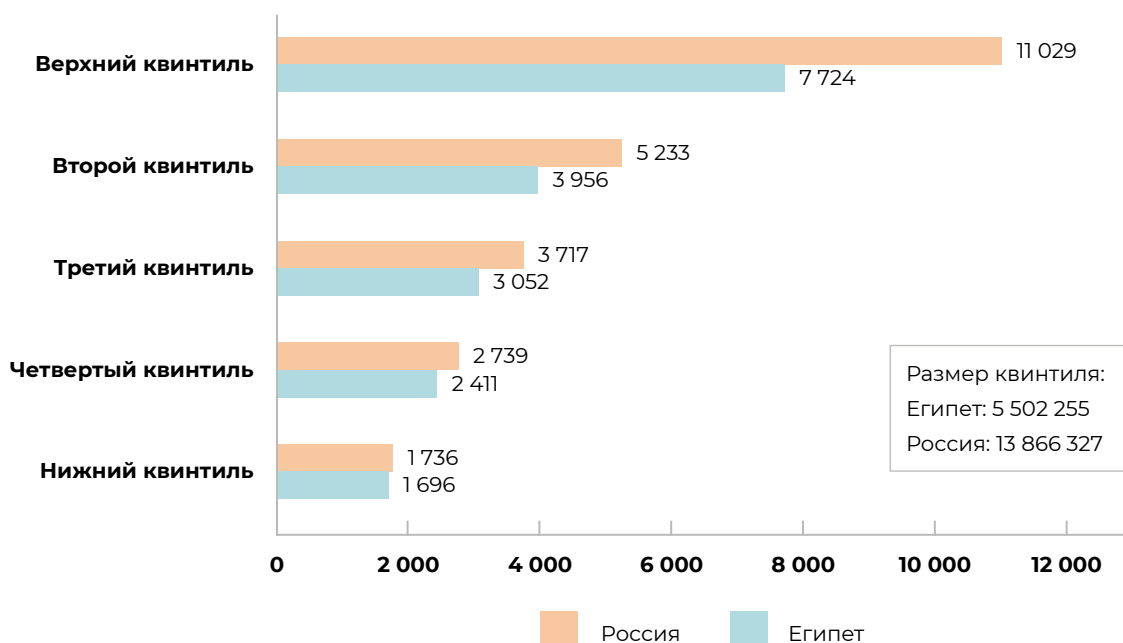
Примечание. *прогноз.

По официальным оценкам, уровень социально-экономического неравенства в Египте не самый высокий. На долю наиболее обеспеченной группы приходится 41% от общего объема денежных доходов. Эта доля в пять раз превышает доходы наименее оплачиваемых работников. Опять же оценки могут не учитывать неформальную занятость. Кроме того, согласно докладу Всемирного банка за 2019 г., управление государственным долгом ухудшает положение среднего класса и малообеспеченных жителей страны². В частности, в докладе отмечается региональная дифференциация уровня бедности (от 7% в мухафазе Порт-Саид до 66% в ряде мухафаз Верхнего Египта).



² [Understanding Poverty and Inequality in Egypt \(Бедность и неравенство в Египте\)](#). Всемирный банк. Июнь 2019 г.

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2019 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ

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

Внешняя торговля продукцией АПК

Сельскохозяйственное производство обеспечивает 11,4% ВВП (34 млрд долл. США) и почти четверть (23,8%) занятости населения Египта. Производительность труда в основном низкая. Большинство занятых относятся к малообеспеченной категории граждан. Египет является нетто-импортером продовольствия, поэтому инвестиции в модернизацию АПК могли бы помочь в обеспечении продовольственной безопасности и сокращении масштабов бедности в стране.

Египет экспортирует преимущественно фрукты и овощи, при этом сыры входят в топ-5 товаров экспорта. К ключевым категориям импорта относятся пшеница, кукуруза, соевые бобы, мясо КРС и пальмовое масло. На молочную продукцию приходится около 4,6% от общего объема импорта продукции АПК Египта в стоимостном выражении (6-ое место среди всех видов продуктов АПК).

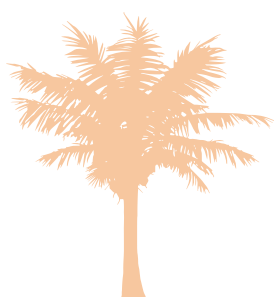
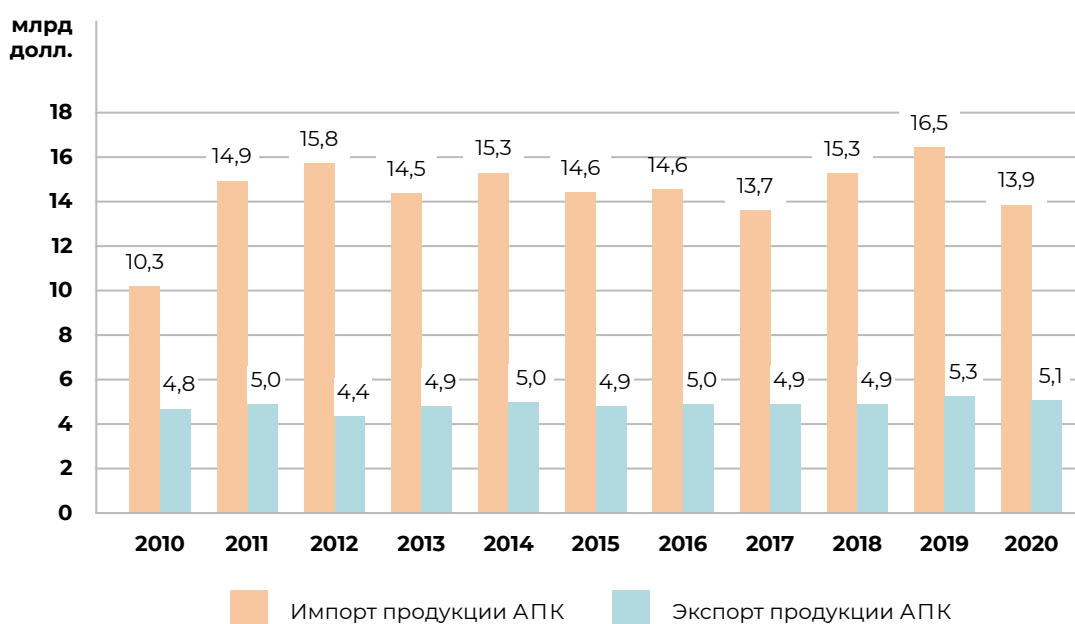


Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Египта, 2010–2020 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Египта, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0805	Цитрусовые плоды	802,4	15,8
0806	Виноград	236,2	4,7
0701	Картофель	221,9	4,4
0703	Лук репчатый, лук-шалот, чеснок, лук-порей	213,4	4,2
0406	Сыры	199,7	3,9
0710	Овощи (сырые или сваренные в воде или на пару) замороженные	182,6	3,6
0811	Фрукты и орехи, подвергнутые или не подвергнутые тепловой обработке	157,4	3,1
0810	Прочие фрукты, свежие	145,1	2,9

Продолжение табл. 1.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
1806	Шоколадные кондитерские изделия	142,4	2,8
0713	Овощи бобовые сушеные	141,4	2,8
	Прочие продукты	2 632,8	51,9
	Итого	5 075,4	100,0

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Египта, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1001	Пшеница	2 693,9	19,3
1005	Кукуруза	1 880,9	13,5
1201	Соевые бобы	1 600,3	11,5
0202	Мясо КРС, замороженное	1 236,7	8,9
1511	Масло пальмовое	732,5	5,3
0303	Рыба мороженая	487,8	3,5
0206	Пищевые мясные субпродукты	355,9	2,6
0713	Овощи бобовые сушеные	351,3	2,5
0808	Яблоки, груши и айва	311,8	2,2
2401	Табачное сырье	281,4	2,0
	Прочие продукты	4 006,2	28,7
	Итого	13 938,6	100,0

Источник: ITC Trade Map

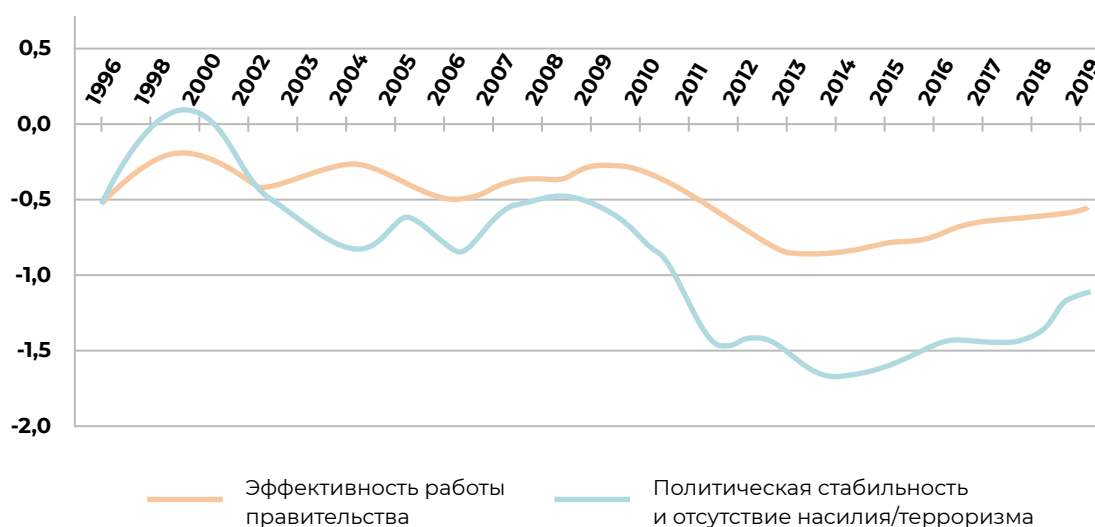
1.2. Политические тенденции

Египет — республика с полупрезидентской системой правления. Эта система существует со времен Египетской революции 2011 г. Президент является главой государства и верховным главнокомандующим вооруженными силами Арабской Республики Египет. Президент избирается сроком на 6 лет и назначает премьер-министра, кандидатура которого утверждается парламентом (равно как и кандидатура главы Совета министров). В феврале 2019 г. парламент проголосовал за отмену ограничения на замещение должности президента более двух сроков.

Законодательная власть представлена двухпалатным парламентом. Сенат (верхняя палата) был восстановлен после внесения поправок в Конституцию на всенародном референдуме 2019 г. Палата представителей (нижняя палата) состоит из 596 депутатов, избираемых сроком на 5 лет. Парламент Египта является старейшим законодательным органом в Африке и на Ближнем Востоке. Парламент может объявить президенту импичмент. Президент вправе распустить парламент.

Кандидатура действующего президента не оспаривалась в ходе президентских выборов в Египте в марте 2018 г. Абдель Фаттах ас-Сиси находится у власти с июня 2014 г. Он победил с 97% голосов после того, как главного претендента арестовали, а остальные серьезные кандидаты от оппозиции отказались от предвыборных кампаний. Конституционные поправки 2019 г. усилили власть президента над судебной системой. Президент получил право назначать главу Верховного конституционного суда и возглавил Высший совет судебной власти, который назначает генерального прокурора и председателей судов.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Египте



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Согласно показателям качества государственного управления, эффективность работы правительства Египта повысилась после низкого рейтинга прошлого десятилетия. Наиболее заметны улучшения в показателях политической стабильности и отсутствия терроризма. Но многое еще предстоит сделать для более ощутимого прогресса.

1.3. Деловая среда

В 2020 г. Египет занял 114-е место среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. Страна получила хорошие оценки по защите миноритарных инвесторов и доступу бизнеса к кредитам, заняв 57-е и 67-е места соответственно. Самая слабая позиция (171-е место) — по международной торговле.

Одним из сдерживающих факторов роста экономической активности является коррупция. В 2012 г. Египет набрал 32 балла из 100 в индексе восприятия коррупции Transparency International. К 2020 г. страна повысила свой рейтинг всего на один балл — до 33.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> Экономические показатели Египта улучшаются благодаря инвестициям, совершенствованию регуляторной базы и увеличению добычи газа. Потенциал для развития туризма. Ограниченный размер внешнего долга. Большие запасы газа 	<ul style="list-style-type: none"> На теневой сектор приходится 40% ВВП. Высокий уровень безработицы. Дефицит торгового баланса и бюджета. Небольшие объемы промышленного экспорта. Снижение мирового морского грузооборота из-за пандемии в 2020 г. привело к сокращению доходов от сборов за прохождение Суэцкого канала
Политика	<ul style="list-style-type: none"> Политическая и финансовая поддержка со стороны государств Персидского залива и стран Запада. Укрепление связей с Россией и Китаем 	<ul style="list-style-type: none"> Проблемы безопасности на Синайском полуострове и нестабильность в регионе сильно повлияли на национальную экономику и привели к началу самого жесткого в новейшей истории подавления протестов. Международные конфликты и напряженность в отношениях с Катаром, Суданом, Ираном

Продолжение табл. 3.

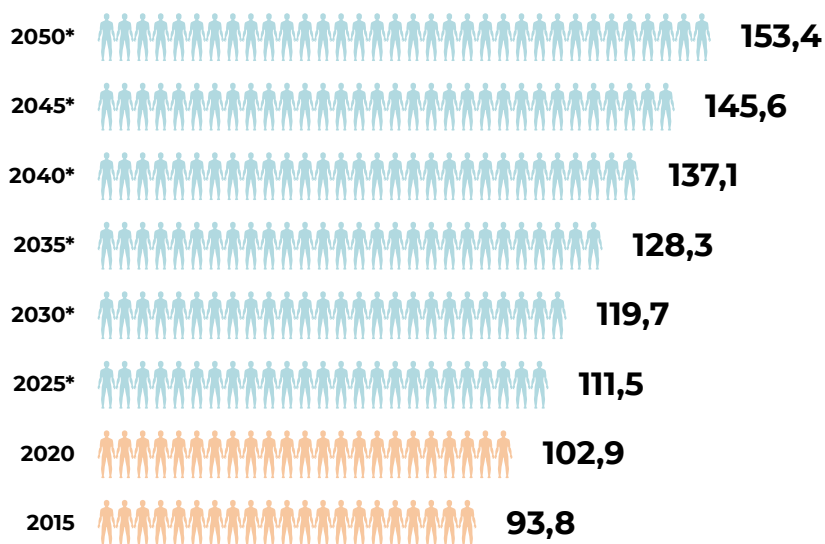
	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Право	<ul style="list-style-type: none"> Новое инвестиционное законодательство облегчает ведение бизнеса, включая упрощение процедуры банкротства и поощрение иностранных инвестиций. Пакет мер поддержки АПК предусматривает продление на два года моратория на сельскохозяйственный налог и уменьшение размера гербового сбора 	<ul style="list-style-type: none"> Президент назначает судей. Военные контролируют наиболее значимые отрасли экономики
Торговля	<p>Рост добычи природного газа позволит сократить расходы на импорт энергоресурсов и направить валютные средства на закупку других базовых продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> Политика регулирования увеличивает стоимость импорта. В 2019 г. доля экспорта в ВВП Египта составила 9,1%. Однако по итогам 2020 г. ожидается снижение экспорта в связи с ограничениями внешней торговли (из-за пандемии COVID-19), особенно с европейскими рынками, на долю которых приходится более 40% экспортных поставок страны



1.4. Демографические тенденции

В Египте сохраняются высокие темпы прироста населения — 2% в год. Ожидается, что к 2040 г. общая численность достигнет 137 млн человек.

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



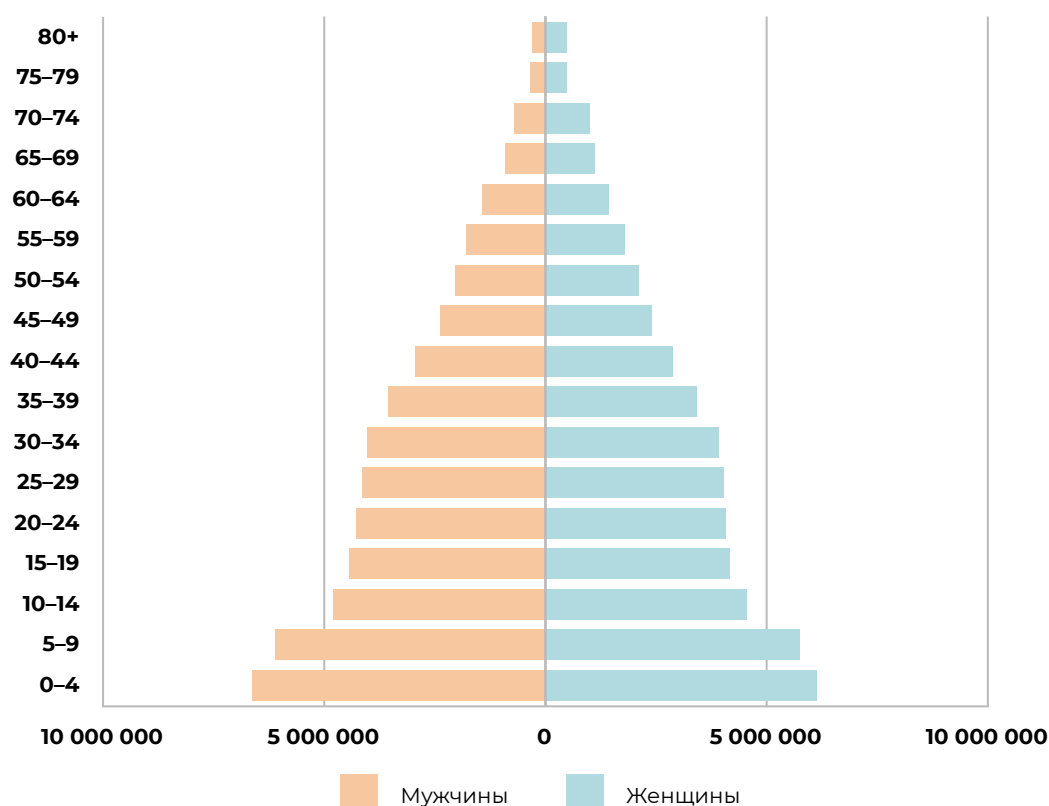
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

Демографическая пирамида показывает потенциал экономического роста: 42% египтян в возрасте до 20 лет составляют потребительский сегмент экономически активного населения, во многом способствуя дальнейшему росту. Для этой части населения необходимо обеспечить стабильную занятость и достойную оплату труда, что потребует продолжения экономических реформ.



Рис. 8. Население Египта по полу и возрасту, 2019 г.



Источник: Всемирный банк, МОТ

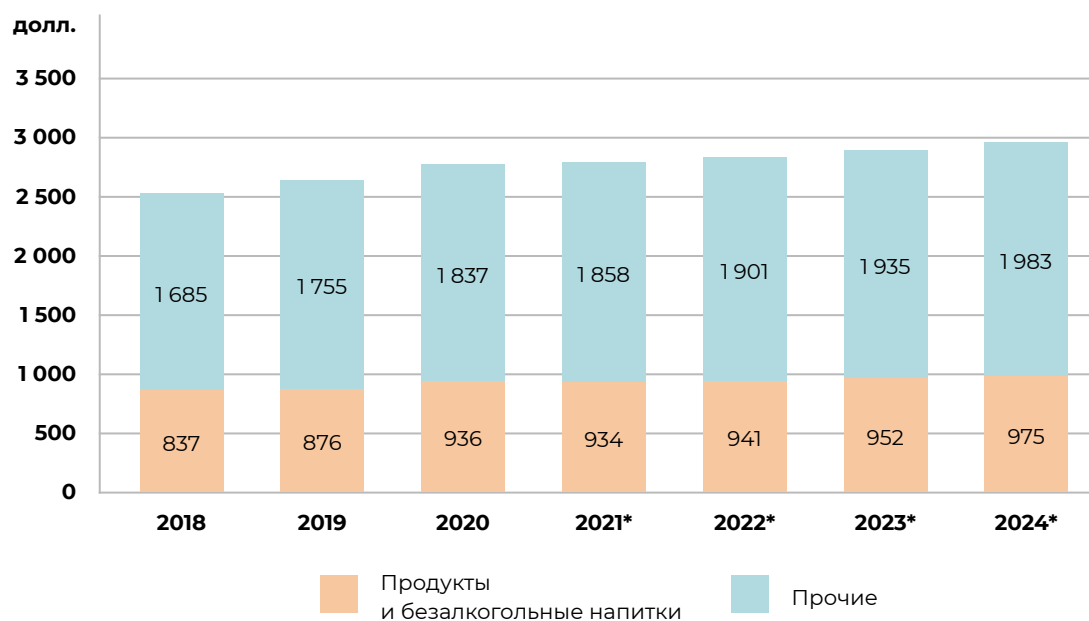
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Перспективы экономического роста в Египте зависят от проводимых реформ. Страна, скорее всего, останется чистым импортером продовольственных товаров и станет еще более привлекательным рынком для зарубежных производителей. Однако для расширения внешней торговли Египту придется повысить гибкость регулирования и снизить технические барьеры.

В 2020 г. наблюдался стабильный, хотя и замедленный, экономический рост. Пандемия затронула многие сферы экономики Египта — снижение спроса на путешествия и поездки, сокращение денежных поступлений от эмигрантов, отток капитала, спад деловой активности.

При ежегодном приросте потребителей примерно на 1 млн человек потребительские расходы выросли в 2020 г. всего на 0,7% (из-за введения ограничений в связи с пандемией COVID-19). Таким образом, доходы домохозяйств по динамике отстают от роста потребительского рынка.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2019 г., 2018–2024 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *прогноз



Уровень безработицы вырос с 7,9% в 2019 г. до 9,6% в 2020 г. Египту ежегодно приходится обеспечивать около 700 тыс. новых рабочих мест, в том числе за счет занятости в частном секторе. В настоящее время почти 20% молодежи не работают и примерно треть заняты в неформальном секторе.



Последствия COVID-19

В ближайшей перспективе продолжение реформ и прирост инвестиций будут ключевыми факторами восстановления экономики Египта после COVID-19.

Пандемия оказала негативное влияние на экономику и, в первую очередь, на туристический бизнес, что привело к сокращению доходов, оттоку капитала и снижению экономической активности в стране.

Из-за сокращения доходов домохозяйств вектор потребления смещается к базовому набору пищевых продуктов эконом-класса.

Спрос на базовые продукты в потребительской корзине

Рост населения обеспечивает невысокий, но устойчивый спрос на упакованные продукты. Однако снижение доходов сдерживает потребление продукции премиального сегмента и продуктов, не являющихся товарами повседневного спроса. Потребители предпочитают небольшую упаковку и выбирают базовые продукты в наливном или насыпном виде.

Обзор рынка



2



Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

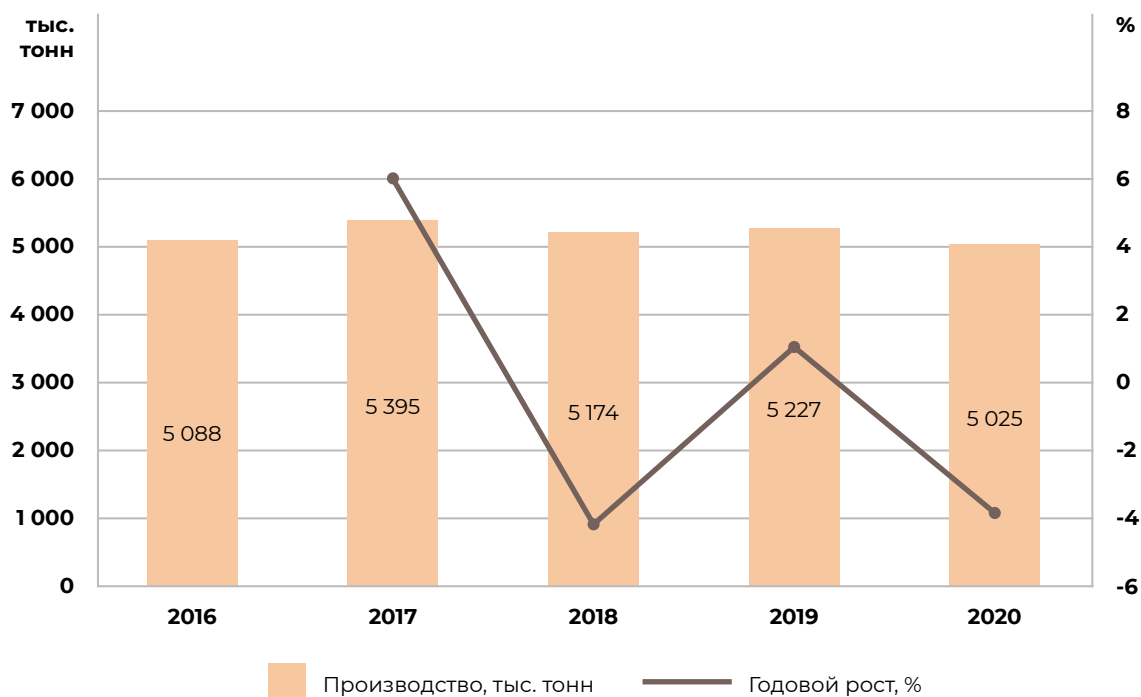
Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Производство

В течение последних пяти лет производство сырого молока в Египте находится на уровне более 5 млн тонн в год. При этом около 75% приходится на коровье молоко, 23% — на буйволиное, а оставшиеся 2% — на козье молоко. Правительство страны прилагает усилия для развития сектора, что, согласно прогнозам, позволит увеличить производство молочной продукции в будущем. Переработкой молока и производством молочных продуктов в Египте занимаются более 250 предприятий. Местные производители стараются улучшить качество молочного скота, закупая эмбрионы и элитный материал для искусственного осеменения, а переработчики совершенствуют продуктовые линейки, выводя на рынок продукцию новых удобных форматов.

Рис. 10. Производство сырого молока в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: CAPMAS, FAO

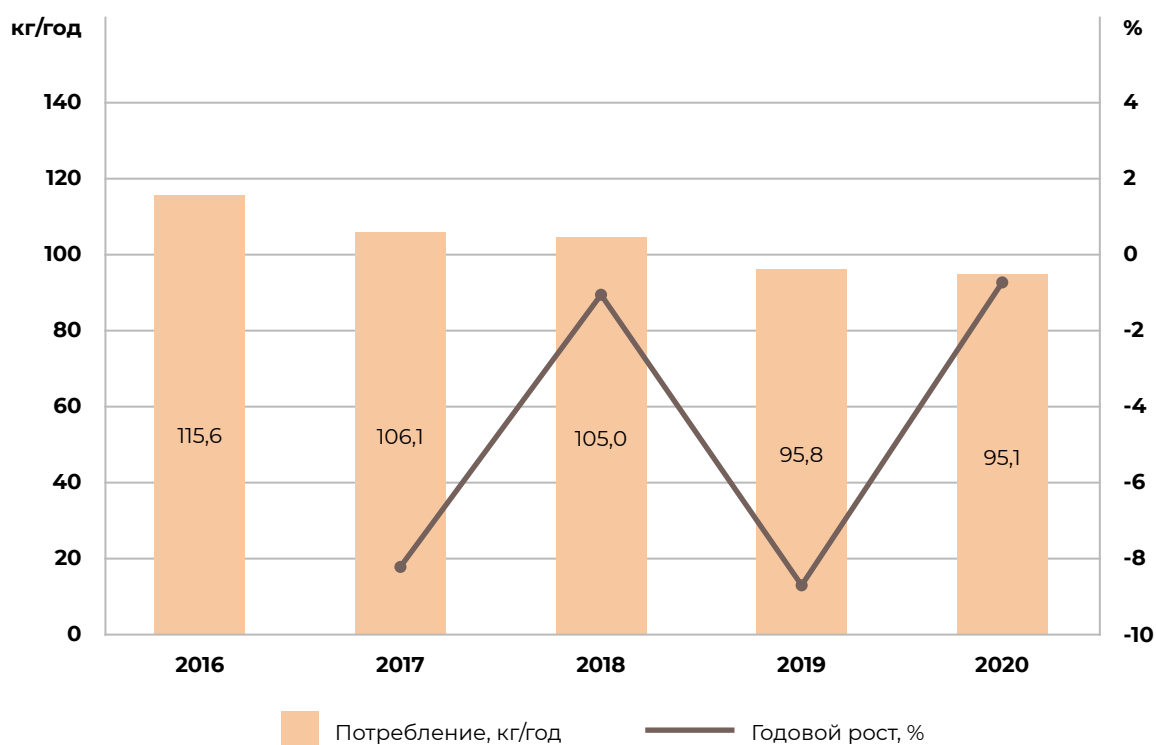
Потребление

Египет — крупный рынок молока и молочных продуктов, которые являются неотъемлемой частью национальной культуры питания. Туристический сектор формирует дополнительный спрос на данную категорию продовольственных товаров.

Международные сети кафе и ресторанов, особенно формата фастфуд, создают спрос на различные сорта сыров, сливки и мороженое. Заведения общественного питания, специализирующиеся на национальной кухне, предлагают потребителям большой ассортимент традиционных египетских блюд, в состав которых нередко входят молочные ингредиенты.

Внутреннее производство не позволяет в полной мере обеспечить потребности быстрорастущего населения Египта (в среднем на 2,0% в год) молоком и молочной продукцией. Несмотря на снижение среднедушевого потребления молока и молочных продуктов до 95,1 кг в 2020 г. Египет остается перспективным рынком для производителей данного вида продукции за счет роста численности населения, развития туризма и сохранения зависимости страны от импорта по ряду категорий молочных продуктов, в первую очередь в B2B-сегменте.

Рис. 11. Потребление молока и молочных продуктов на душу населения в Египте, 2016–2020 гг.



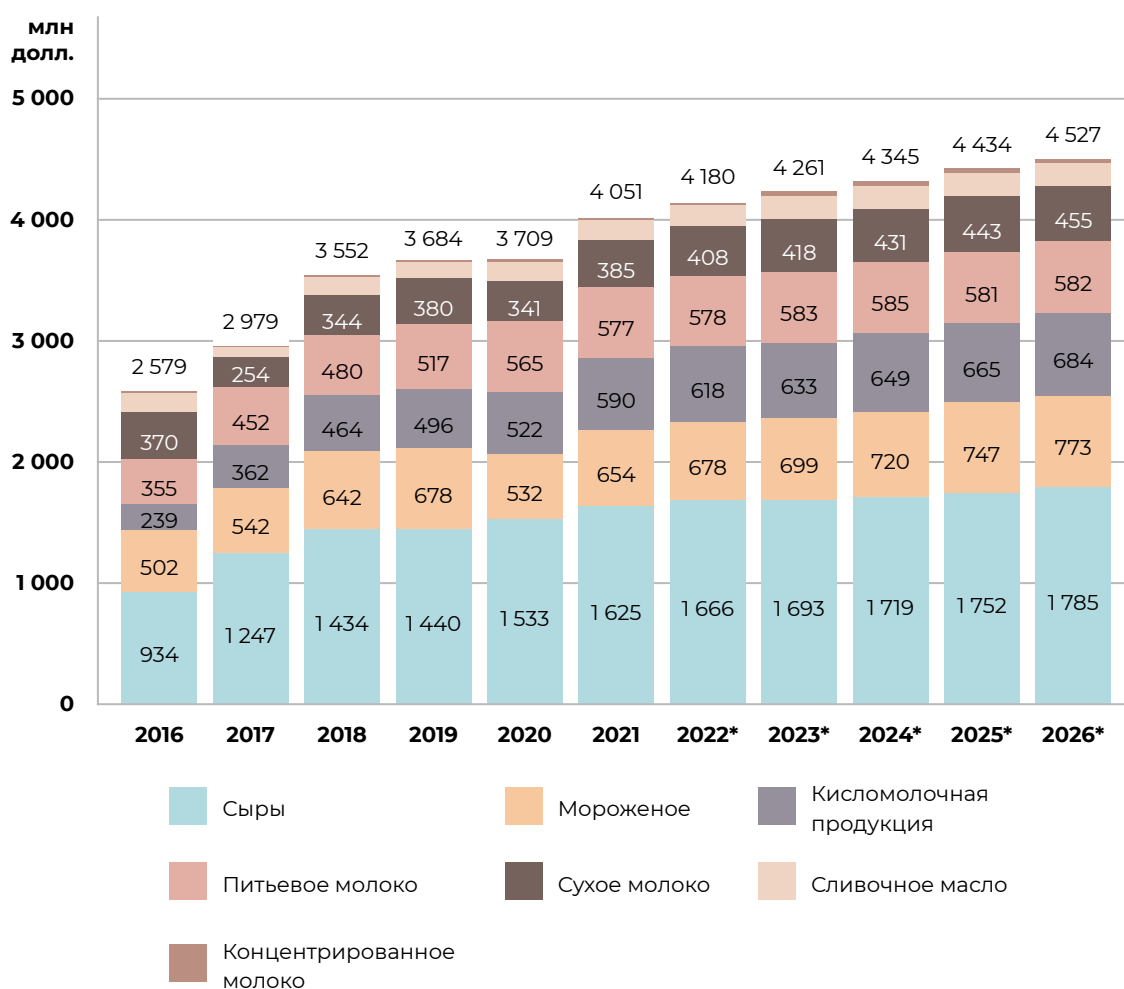
Источник: Euromonitor International, UN Comtrade, IFCN

Примечание. *в пересчете на молоко.



По оценкам Euromonitor International, объем рынка молочной продукции Египта составил в 2020 г. в стоимостном выражении 3 689 млн долл. США (данный показатель включает розничные продажи и сектор HoReCa, без учета ингредиентов для индустриального потребления). Согласно прогнозам, в среднесрочной перспективе объем рынка будет расти на 4% в год как за счет численности и доходов населения, так и за счет дальнейшего развития туризма и к 2026 г. достигнет 4 527 млн долл. США. Наиболее высокий рост ожидается в таких категориях как мороженое, кисломолочная продукция, сухое и концентрированное молоко.

Рис. 12. Объем рынка молочной продукции Египта в стоимостном выражении, млн долл. США



Источник: Euromonitor International на основе Passport's Packaged Food — Dairy database (Edition 2021), FAOSTAT и UN Comtrade

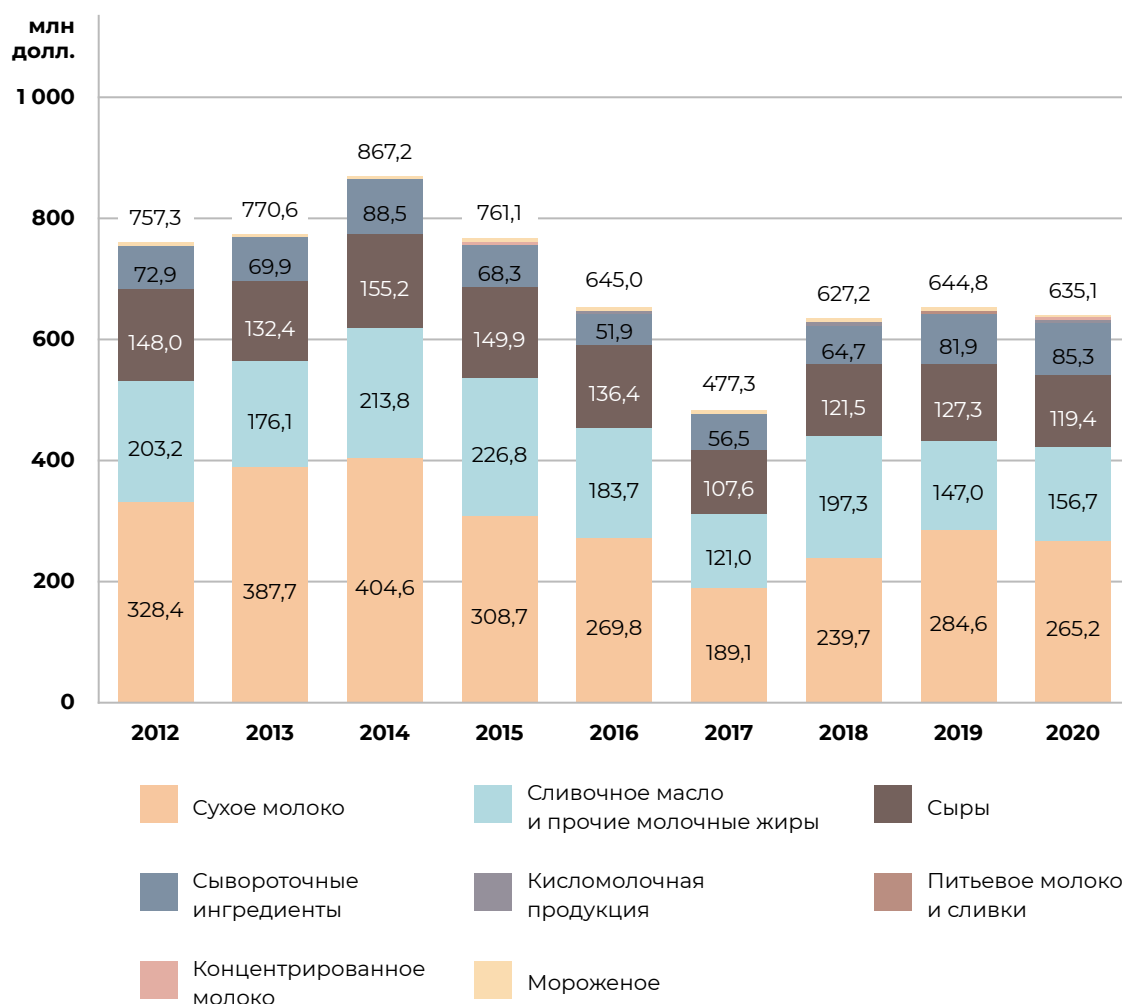
Примечание. *прогноз. Объем рынка включает розницу и сектор HoReCa, без учета ингредиентов для индустриального потребления.

Импорт

В 2020 г. Египет импортировал молочной продукции на 635,1 млн долл. США. По сравнению с 2019 г. объемы импорта в стоимостном выражении снизились на 1,5%, а по сравнению с 2012 г. — на 16,2%.

В структуре импорта молочной продукции в стоимостном выражении, по данным UN Comtrade, преобладали поставки сухого молока — 41,8%. Далее следовали сливочное масло, сыры и сывороточные ингредиенты с долями 24,7, 18,8 и 13,4% соответственно. Меньшие объемы поставок приходились на кисло-молочные продукты, питьевое молоко и сливки, а также мороженое.

Рис. 13. Структура импорта молока и молочных продуктов Египта в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

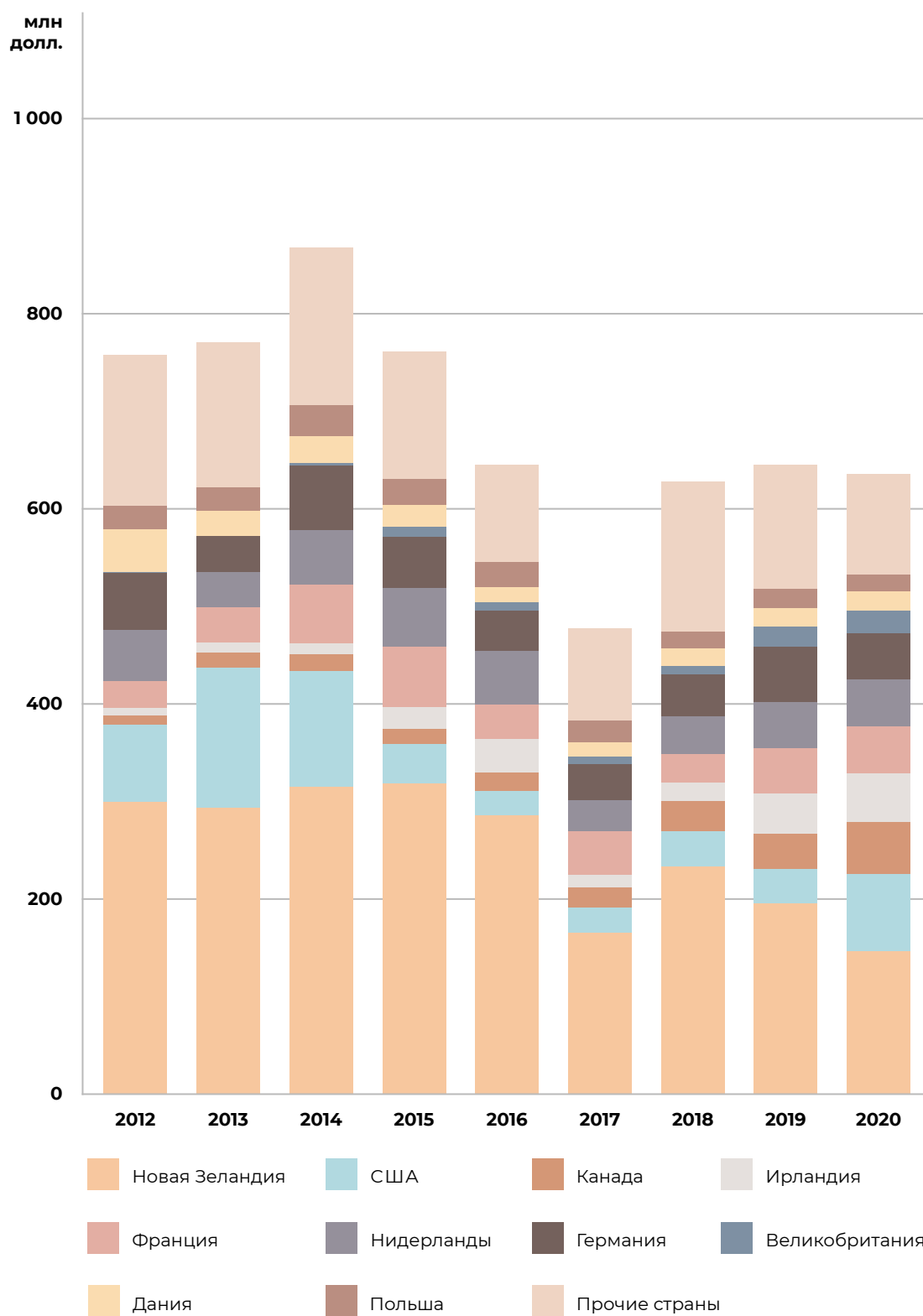
Основными экспортерами молочной продукции в Египет являются страны ЕС, Новая Зеландия и США. В 2020 г. поставки из Новой Зеландии составили 146,1 млн долл. США, что на 25,3% меньше, чем в 2019 г. На фоне снижения объемов импорта новозеландской продукции произошла переориентация в пользу США, поставки из которых увеличились в 2020 г. в стоимостном выражении более чем в 2 раза. Всего по итогам года США экспортировали на египетский рынок молочной продукции на сумму 79,3 млн долл. США.

Табл. 4. Импорт молочной продукции Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	299,0	293,2	314,8	318,4	285,4	165,0	233,5	195,6	146,1	23,0
2	США	79,6	143,5	118,5	39,6	25,3	26,1	35,3	35,0	79,3	12,5
3	Канада	9,4	15,7	17,5	16,3	18,1	20,4	31,1	35,5	53,5	8,4
4	Ирландия	7,0	10,3	10,8	21,8	35,1	13,4	19,1	41,3	49,0	7,7
5	Франция	28,1	36,1	60,5	62,0	35,1	44,2	29,5	46,8	48,8	7,7
6	Нидерланды	52,3	35,7	55,5	60,3	54,7	32,3	38,2	47,7	48,3	7,6
7	Германия	58,2	37,0	66,1	52,6	42,0	36,2	43,5	56,7	46,5	7,3
8	Великобритания	1,3	0,5	3,1	10,2	7,8	8,4	8,0	19,8	23,4	3,7
9	Дания	43,7	25,5	27,3	22,6	15,8	14,2	18,4	19,3	20,3	3,2
10	Польша	24,1	23,6	31,3	26,0	25,5	22,4	17,3	20,3	17,1	2,7
	Прочие страны	154,6	149,3	162,0	131,4	100,2	94,8	153,5	126,9	102,8	16,2
	Итого	757,3	770,6	867,2	761,1	645,0	477,3	627,2	644,8	635,1	100,0

Источник: UN Comtrade

Рис. 14. Импорт молочной продукции Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Табл. 5. Основные страны-поставщики молочной продукции на рынок Египта в 2020 г.

№	Страна	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	ЕС Ирландия Франция Нидерланды Германия Дания	42,5 7,7 7,7 7,6 7,3 3,2	<ul style="list-style-type: none"> Большинство стран ЕС имеет хорошую репутацию в категории органических продуктов, что способствует положительному восприятию европейской молочной продукции на египетском рынке. Среди основных продуктов, экспортируемых странами ЕС, можно выделить сухое молоко из Германии и Франции, а также сыры из Нидерландов, Ирландии и Польши и сливочное масло — из Ирландии. Французская молочная компания Lactalis — один из ключевых производителей в Египте. Благодаря успешной стратегии слияний и поглощений она стала самой крупной мировой молочной компанией в 2021 г.³ с оборотом 23 млрд долл. США, показав рост более чем в четыре раза с начала века. Lactalis активно занимается развитием органического сегмента
2	Новая Зеландия	23,0	<ul style="list-style-type: none"> Наибольшую долю в объемах новозеландских поставок в Египет составляют сливочное масло и сухое молоко. Новозеландская молочная продукция высококонкурентна по цене и соответствует самым строгим стандартам качества
3	США	12,5	<ul style="list-style-type: none"> США в основном поставляют сухое молоко и сыровоточные ингредиенты. В 2020 г. США произвели 118 млн тонн молока. С 2012 г. сектор стабильно показывает рост в среднем на 1,3% в год. Самый большой скачок был зафиксирован в 2014 г. (на 2,7%). Американский совет экспортеров молочной продукции (USDEC) обнародовал план Next 5%, который предполагал увеличение объемов экспорта молочной продукции на 5% до конца 2021 г.
4	Канада	8,4	<ul style="list-style-type: none"> Поставки Канады в основном представлены сыровоточными ингредиентами и сухим молоком

Источник: UN Comtrade, открытые источники

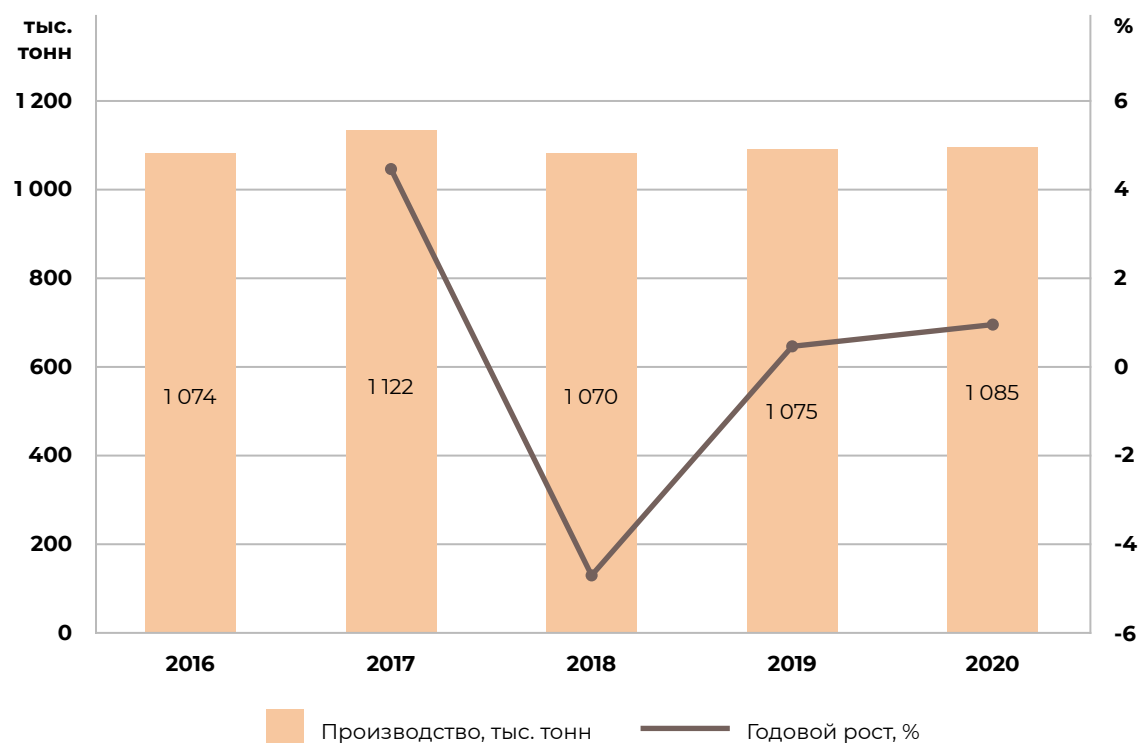
³ <https://bit.ly/3muYJ4x>

2.1.1. ПИТЬЕВОЕ МОЛОКО И СЛИВКИ

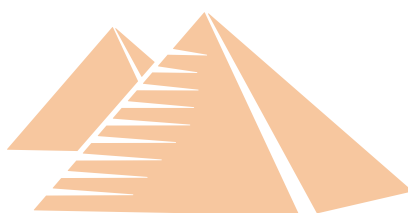
Производство

Производство питьевого молока и сливок в Египте в 2020 г. составило 1 085 тыс. тонн, что на 0,9% больше, чем в 2019 г. Египетские производители полностью обеспечивают внутренний спрос на данную категорию продуктов.

Рис. 15. Производство питьевого молока и сливок в Египте, 2016–2020 гг.



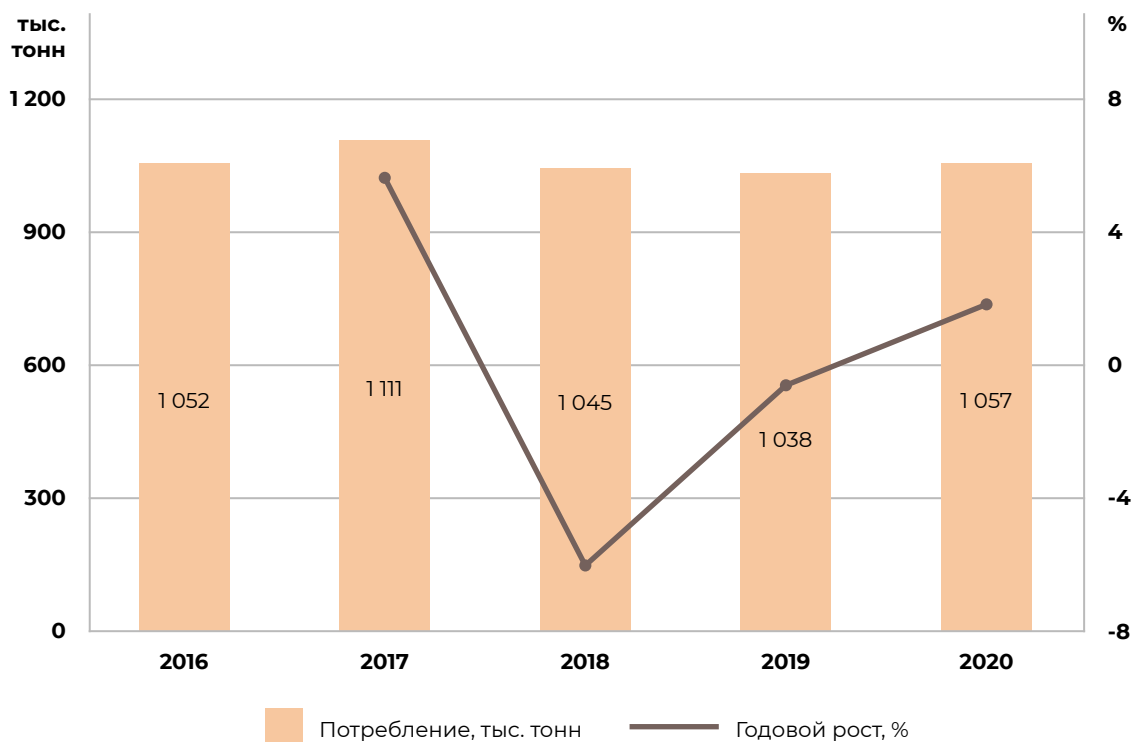
Источник: оценка Euromonitor International



Потребление

Потребление питьевого молока и сливок в 2020 г. составляло 1 057 тыс. тонн, что на 1,9% больше, чем в 2019 г. В Египте происходит постепенное восстановление потребления питьевого молока после спада в 2018–19 гг.

Рис. 16. Потребление питьевого молока и сливок в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

По данным Euromonitor International, ультрапастеризованное молоко остается популярным продуктом в 2020 г. с объемом розничных продаж 87,3%. Удобство хранения ультрапастеризованного молока, в частности, тот факт, что оно не требует хранения в холодильнике, является решающим преимуществом.

Лидирующие позиции в сегменте ультрапастеризованного молока занимают бренды Bekhero и Juhauna от Juhauna Food Industries. Благодаря разному ценовому позиционированию они охватывают широкую потребительскую базу. Bekhero — один из наиболее известных брендов фасованных пищевых продуктов в Египте, имеющий репутацию полезного для здоровья и безопасного. Молоко под этой маркой продается в пакетах-подушках объемом 0,5 и 1 л. Главный конкурент Juhauna в сегменте ультрапастеризованного молока — компания International Co for Agro Industrial Projects (Beyti), владеющая брендами Beyti, Almarai и Kol Youm.

На ароматизированное молоко в 2020 г. пришлось 7,1% общего объема розничных продаж питьевого молока. Поскольку этот продукт особенно часто употребляется детьми в школе или по дороге между школой и домом, переход в начале 2020 г. на дистанционное обучение привел к сокращению потребления. В период 2016–2020 гг. потребление ароматизированных молочных напитков снижалось со среднегодовым темпом 9,6%. Из представленной на рынке продукции можно отметить ароматизированное молоко с клубничным, шоколадным и банановым вкусами от Juhayna Food Industries.

Оставшиеся 5,6% объема продаж питьевого молока в 2020 г. пришлось на пастеризованное молоко, которое является нишевым продуктом в Египте, поскольку продается по высокой цене.

Согласно данным Euromonitor International, на розничные каналы приходится около 95% потребления питьевого молока в Египте, причем большая часть данного вида продукции продается через традиционную розницу (около 72,2% от стоимостного объема продаж). Такие торговые точки характеризуются высокой лояльностью живущих рядом покупателей. Молочную продукцию они покупают в основном у местных производителей и дистрибьюторов. Тем не менее доля современной розницы в продажах молока постепенно растет. Наиболее востребованный современный формат — супермаркеты. Дискаунтеры, такие как Kazyoun (владелец — Tawfeer for Food Products), и гипермаркеты, такие как Carrefour и Spinneys, менее популярны. Современные торговые сети могут покупать крупные объемы продукции как у местных, так и у зарубежных производителей или дистрибьюторов.

Согласно данным отраслевых источников, у большинства розничных операторов средняя наценка для местных брендов питьевого молока находилась на уровне 5–7%, а для импортных брендов (таких как Nesquik) она достигает до 10–15%.

В период до 2026 г. ожидается умеренный рост объемов розничных продаж по мере роста населения и снижения инфляции. Темп роста сегмента пастеризованного молока будет опережать рост всей категории. При этом ультрапастеризованное молоко останется наиболее востребованным видом продукции.

Потребление питьевого молока в секторе общепита в 2020 г. составило 5% от общего объема потребления, снизившись на 44,4% в натуральном выражении по сравнению с предыдущим годом. Этот канал продаж был ослаблен закрытием школ, а также туристического сектора в марте–июне 2020 г. из-за пандемии. Количество точек общепита за 2020 г. сократилось на 4,9% до 38,6 тыс. Многие владельцы не имели ресурсов и навыков для адаптации к новым условиям и вынуждены были закрыть бизнес на три месяца локдауна.

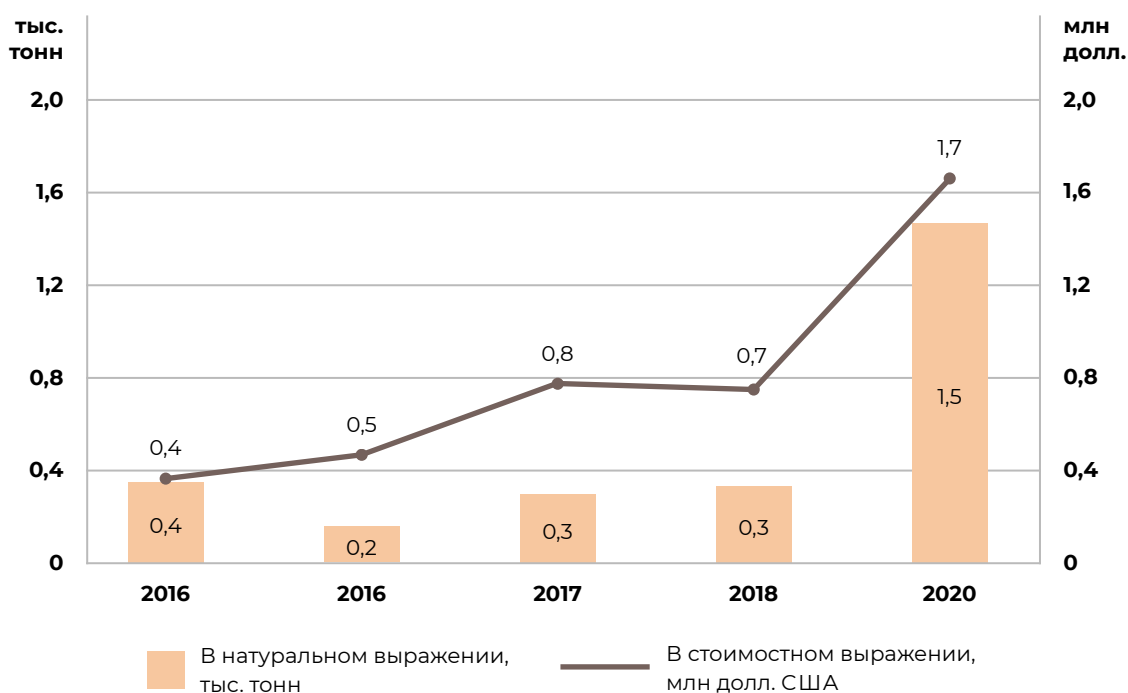
Сети общественного питания, такие как Cilantro, Costa Coffee и Seven Fortunes обычно заключают прямые контракты с местными производителями питьевого молока и получают скидки в зависимости от объема поставок. Независимые точки общепита покупают молоко у дистрибьюторов и оптовиков. При этом малые независимые кафе большее внимание уделяют цене, чем бренду и, до определенной степени, качеству.

В период 2021–2026 гг. спрос на питьевое молоко со стороны общепита, как ожидается, будет восстанавливаться со среднегодовым темпом 3,7%. Растущая численность молодежи, новые модели быстрого обслуживания и развитие туристического сектора будут ключевыми драйверами этого роста.

Импорт

Египетский импорт питьевого молока и сливок в 2020 г. составил 1,5 тыс. тонн на 1,7 млн долл. США, что в 4,4 раза выше показателей 2019 г. Учитывая высокий уровень самообеспеченности, страна экспортирует часть производимого питьевого молока в основном в близлежащие арабские страны. В 2020 г. из Египта было экспортировано 29,1 тыс. тонн питьевого молока и сливок на сумму 22,5 млн долл. США.

Рис. 17. Импорт питьевого молока Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2016–2020 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.



В 2020 г. основным поставщиком питьевого молока и сливок на египетский рынок являлась Саудовская Аравия. Стоит отметить, что поставки оттуда резко выросли именно в 2020 г., тогда как до этого осуществлялись лишь в незначительных объемах.

Табл. 6. Импорт питьевого молока Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн

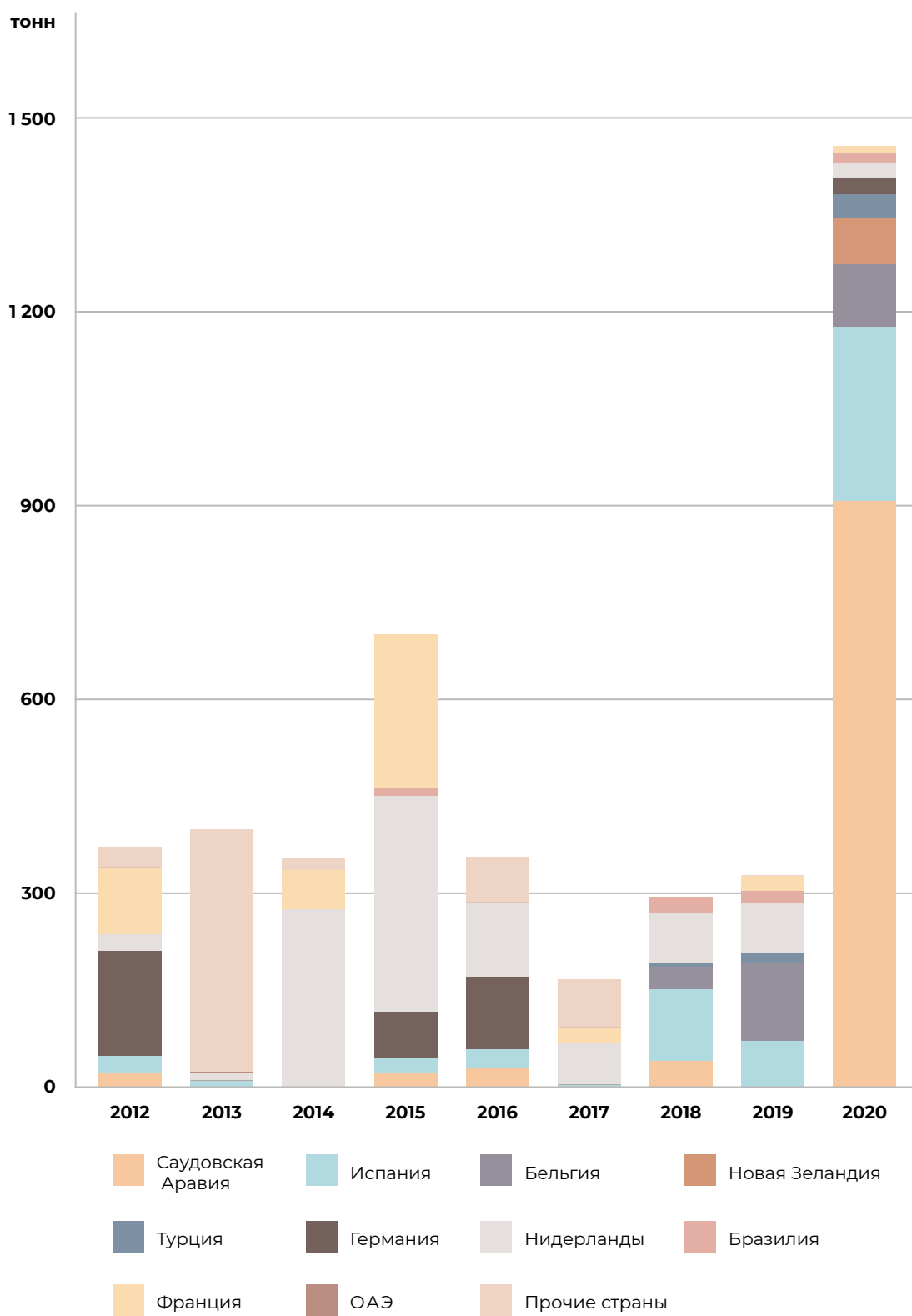
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Саудовская Аравия	21	0	0	22	30	—	40	—	907	62,3
2	Испания	27	10	0	23	28	2	111	72	269	18,5
3	Бельгия	—	—	—	—	—	—	35	120	97	6,7
4	Новая Зеландия	—	—	—	—	—	—	—	0	71	4,9
5	Турция	—	—	—	—	—	—	5	16	37	2,6
6	Германия	163	—	—	72	113	—	0	—	27	1,8
7	Нидерланды	25	12	275	333	114	62	77	77	21	1,4
8	Бразилия	—	—	—	14	—	—	26	19	17	1,1
9	Франция	104	—	60	236	1	25	—	23	10	0,7
10	ОАЭ	—	2	—	—	—	—	—	—	0	0,003
	Прочие страны	32	375	19	1	70	73	—	—	—	—
	Итого	372	400	354	700	356	162	294	329	1 456	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.



Рис. 18. Импорт питьевого молока Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

Табл. 7. Импорт питьевого молока Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США

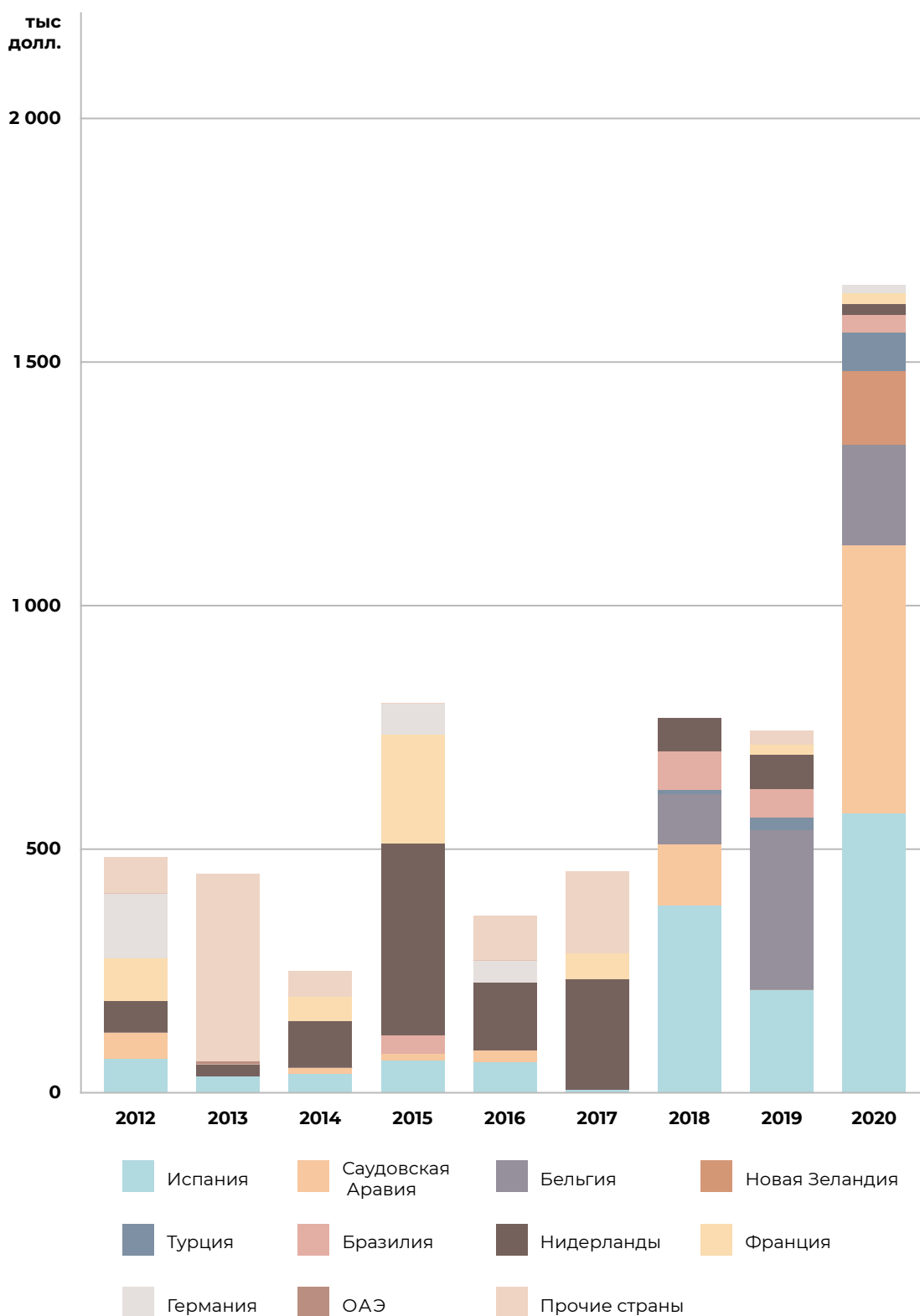
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Испания	69	33	38	66	62	6	384	211	574	34,6
2	Саудовская Аравия	54	0	13	13	24	—	125	—	549	33,1
3	Бельгия	—	—	—	—	—	—	104	328	207	12,5
4	Новая Зеландия	—	—	—	—	—	—	—	0	152	9,2
5	Турция	—	—	—	—	—	—	8	26	79	4,8
6	Бразилия	—	—	—	39	—	—	80	58	35	2,1
7	Нидерланды	65	25	96	393	140	227	68	70	24	1,4
8	Франция	87	0	49	224	0	52	0	21	22	1,3
9	Германия	134	—	—	63	45	0	0	—	16	1,0
10	ОАЭ	—	6	—	—	—	—	—	—	0	0,004
	Прочие страны	75	386	55	2	92	170	—	30	—	—
	Итого	484	451	251	800	363	456	769	745	1 659	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.



Рис. 19. Импорт питьевого молока Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

2.1.2. Кисломолочная продукция

Производство

Йогурты — второй по объему производства сегмент молочной продукции в Египте. Местный рынок йогуртов и кисломолочных продуктов является относительно зрелым. С 2016 г. производство йогурта и кисломолочной продукции в стране демонстрировало умеренный среднегодовой темп роста 2,3% и в 2020 г. достигло 600,4 тыс. тонн. Развитию способствовали инвестиции в новое производственное оборудование и инновации в области упаковки. Например, компания Juhayna Food Industries в начале 2020 г. модернизировала линию по производству йогуртов и изменила дизайн упаковки. Объемы производства обычно увеличиваются на 12–33% во время Рамадана.

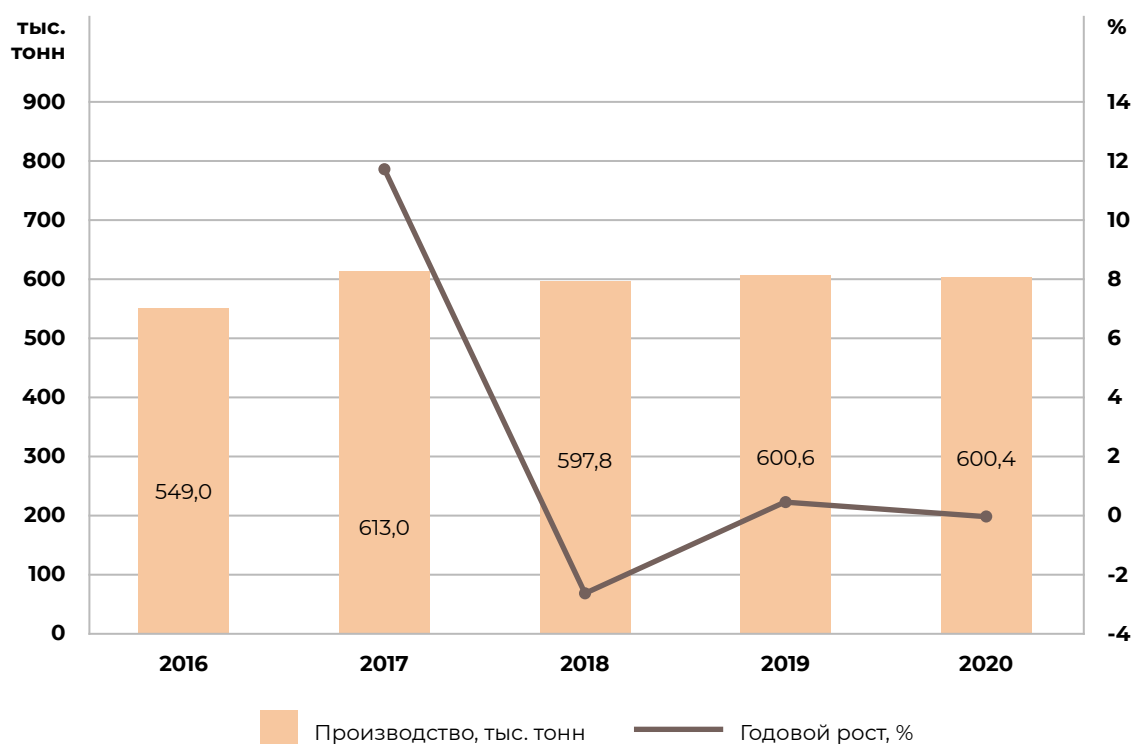
Большинство египетских молочных компаний, производящих йогурт и кисломолочную продукцию, расположены в районе Большого Каира. По состоянию на 2020 г. лидерами рынка были компании Juhayna Food Industries, Best Cheese Company, Beyti и Danone Egypt, которые в основном используют сырое молоко местного производства.

Продуктовый портфель компании Juhayna Food Industries включает как густой, так и питьевой йогурт, продаваемый под шестью известными в стране брендами. Упаковка — от порционной до наливной для использования в общепите. В 2020 г. Juhayna сохраняла лидерство в сегменте классических йогуртов, а ее бренд Zabado после модернизации визуальных элементов стиля и дизайна упаковки упрочил ведущее место в сегменте питьевых йогуртов. Компания Beyti с брендом Almarai лидирует в продажах ароматизированных йогуртов. Наиболее популярные вкусы — ягодный, клубничный и персиковый. Компания Danone присутствует на рынке йогуртов с марками Danone Yoghurt, Dango, Activia и DanUp, которые производятся на заводе в Эль-Убуре, оснащенном девятью технологическими линиями и пунктом приема молока.

По прогнозам, в 2021–2026 гг. темпы роста производства йогуртов и кисломолочных продуктов в Египте останутся на высоком уровне и достигнут значения более 800 тыс. тонн.



Рис. 20. Производство кисломолочной продукции в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

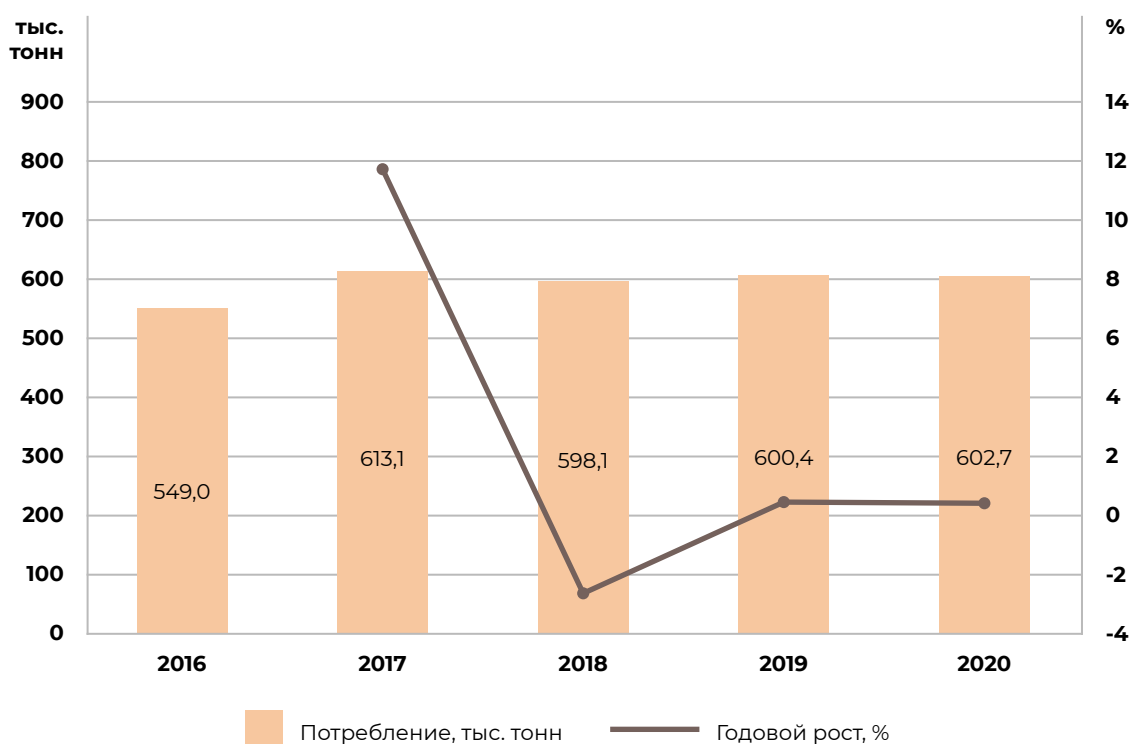
Потребление

Потребление йогурта и кисломолочной продукции в 2020 г. в Египте составило 602,7 тыс. тонн. Основными средствами продвижения, которые привлекают покупателей, являются новые варианты упаковки, инновационные продукты, наружная реклама и интернет-ресурсы. Для проведения рекламных кампаний производители предпочитают использовать социальные сети.

В 2021–2026 гг. ожидается увеличение спроса на кисломолочную продукцию со среднегодовым темпом роста 4,4%. Ключевым фактором станет повышение информированности населения о здоровом образе жизни и правильном питании. Ожидается, что стабильные цены и активный маркетинг также будут способствовать росту объемов продаж в ближайшие годы.



Рис. 21. Потребление кисломолочной продукции в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

Кисломолочные продукты набирают популярность среди потребителей, стремящихся к здоровому образу жизни. Важная часть рациона египтян — йогурт. Обычно его употребляют на завтрак или в обед. Спрос на йогурт отличается выраженной сезонностью — заметный рост наблюдается в Рамадан и школьный сезон. Как в натуральном, так и в стоимостном выражении в 2020 г. лидерство в сегменте удерживал классический йогурт. В частности, этот продукт предпочитают покупатели, стремящиеся к здоровому питанию, поскольку ароматизированные варианты содержат сахар.

В ассортименте ароматизированных йогуртов наиболее распространен клубничный вкус. Также популярны персиковый и абрикосовый вкусы. В 2020 г. компания Veuti запустила новую линейку ароматизированных йогуртов под маркой Almarai, содержащих кусочки натуральных фруктов. Продажи питьевого йогурта серьезно пострадали из-за закрытия школ в период карантинных ограничений в 2020 г.

Значимую долю в объемах импорта занимает греческий йогурт за счет более длительного срока хранения по сравнению с классическим йогуртом. Греческий йогурт доступен в дорогой современной рознице (Seoudi, Ragab Sons, Spinneys и Royal House), а также востребован некоторыми операторами сектора общественного питания.



В 2020 г. доля розничного канала в продажах йогуртов и кисломолочных продуктов составила 92,9%. Ожидается, что розничные продажи йогуртов и кисломолочных продуктов в 2021–2026 гг. будут расти со среднегодовым темпом 4,2%. При этом доля розничного канала снизится к 2026 г. до 89,0% вследствие восстановления сектора общепита.

Доля сектора общественного питания в 2020 г. составила 7,1%. В результате сокращения туризма и закрытия предприятий в период пандемийных ограничений среднегодовой темп сокращения потребления йогуртов и кисломолочных продуктов с 2016 по 2020 гг. в секторе составил 13,3%.

Кафе и рестораны используют для приготовления блюд йогурты местного производства, классические и ароматизированные. Например, классический йогурт необходим для приготовления курута — национального египетского блюда из муки, топленого масла, йогурта и лука с добавлением соли и перца. Среди десертов можно отметить басбусу — национальный египетский чизкейк из манки с йогуртом. Кроме того, кафе, к примеру, Cairo's Ovio, предлагают питьевые йогурты ручного изготовления, а также смузи на базе йогурта с орехами и сахаром. Импортный йогурт используется в кафе, ресторанах и отелях в составе «свежих» йогуртовых коктейлей.

Сетевые операторы и отели покупают как местные, так и импортные кисломолочные продукты. Продукцию местных производителей обычно закупают напрямую, а импортные продукты — у дистрибьюторов.

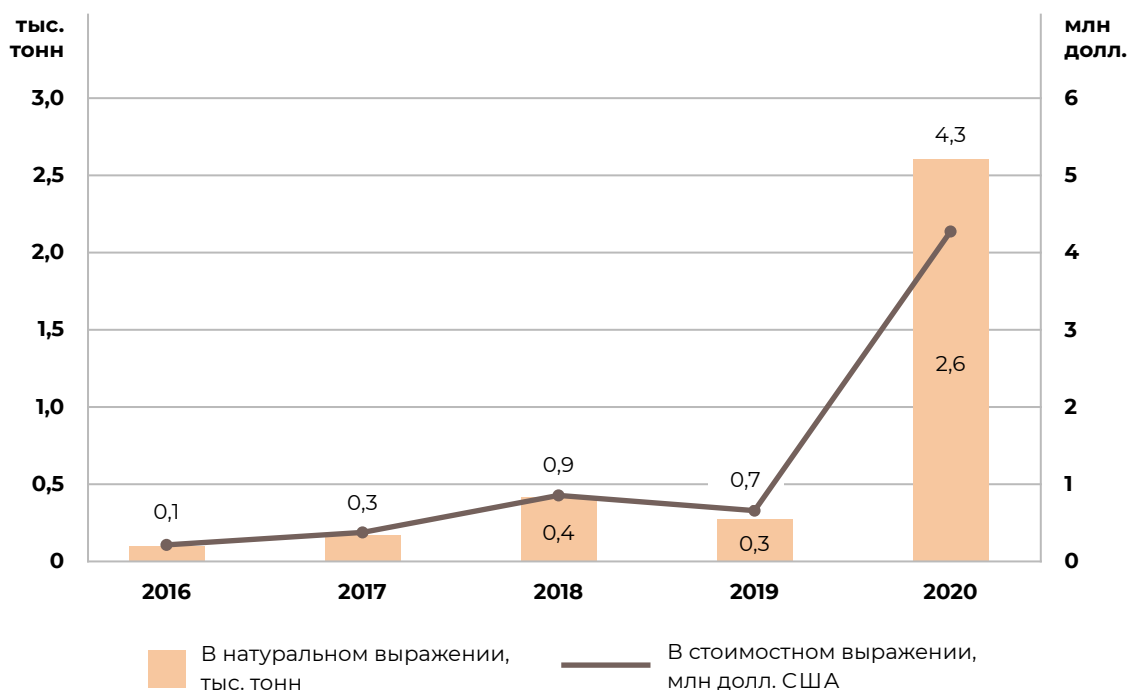
До 2026 г. прогнозируется рост потребления йогурта и кисломолочных продуктов в секторе общепита со среднегодовым темпом 6,0%. Потребление премиальных греческих йогуртов будет расти быстрее рынка.

Импорт

Внутреннее производство кисломолочной продукции в Египте фактически полностью удовлетворяет спрос, поэтому импорт данной товарной категории незначителен. Кроме того, сдерживающим фактором являются относительно высокие цены импортных продуктов. В результате доля кисломолочной продукции в общей структуре импорта молока и молочных продуктов составляет менее 1%.

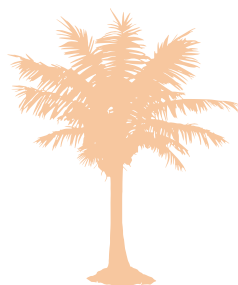
В 2020 г. в страну было ввезено 2,6 тыс. тонн кисломолочной продукции (4,3 млн долл. США). Экспорт кисломолочной продукции в 2020 г. составил 0,3 тыс. тонн на сумму 0,5 млн долл. США.

Рис. 22. Импорт кисломолочной продукции Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2016–2020 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.



Основными поставщиками кисломолочной продукции в Египет в 2020 г. были европейские страны, среди которых лидировали Германия, Бельгия, Швейцария и Великобритания. Небольшие объемы импортировались из Новой Зеландии.

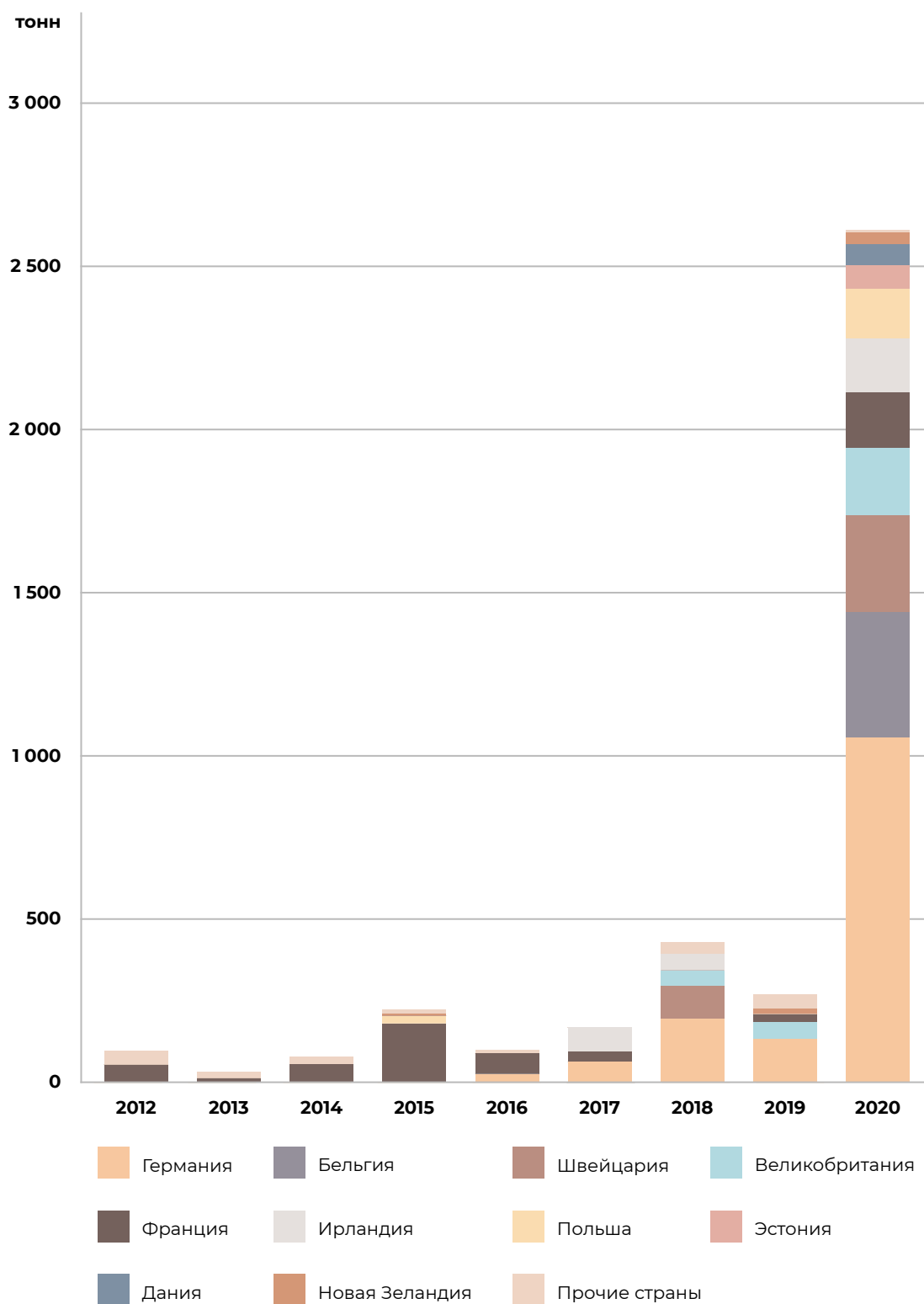
Табл. 8. Импорт кисломолочной продукции Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	—	1	—	—	25	62	194	133	1 056	40,4
2	Бельгия	—	—	—	—	—	—	—	—	383	14,7
3	Швейцария	—	—	—	—	—	1	100	—	297	11,4
4	Великобритания	—	—	—	—	—	—	48	50	207	7,9
5	Франция	54	11	55	180	63	30	—	25	170	6,5
6	Ирландия	—	—	—	—	—	75	50	—	165	6,3
7	Польша	—	—	—	23	—	—	—	—	153	5,9
8	Эстония	—	—	—	—	—	—	—	—	71	2,7
9	Дания	—	—	—	—	—	—	—	—	65	2,5
10	Новая Зеландия	—	—	—	6	—	—	—	16	38	1,5
	Прочие страны	42	20	24	15	12	—	37	45	7	0,3
	Итого	97	31	79	224	99	168	429	269	2 611	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

Рис. 23. Импорт кисломолочной продукции Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

Табл. 9. Импорт кисломолочной продукции Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США

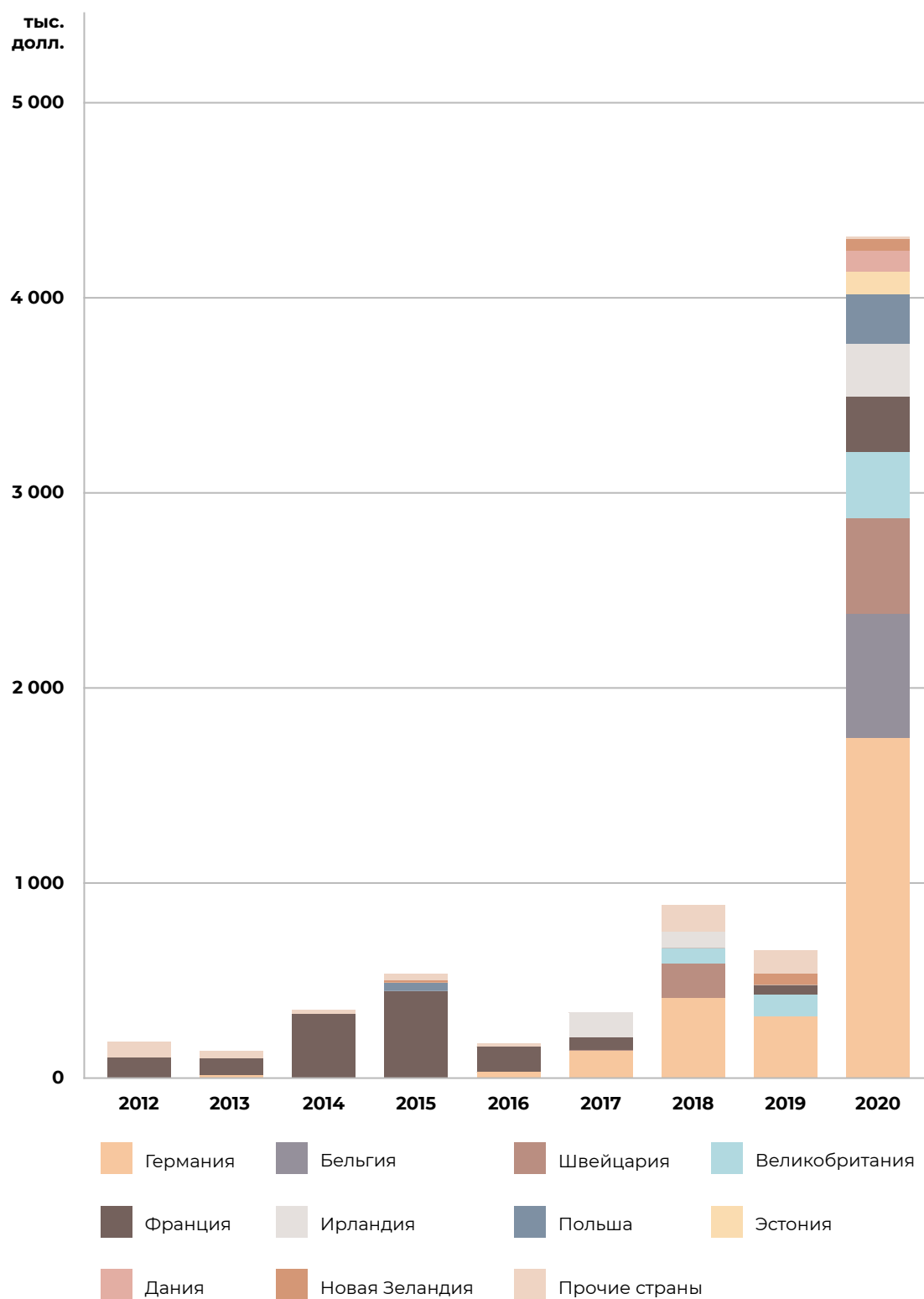
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	—	13	—	—	32	140	408	315	1 740	40,4
2	Бельгия	—	—	—	—	—	—	—	—	631	14,7
3	Швейцария	—	—	—	—	—	2	175	—	489	11,4
4	Великобритания	—	—	—	—	—	—	80	110	342	7,9
5	Франция	102	86	326	445	128	66	—	50	280	6,5
6	Ирландия	—	—	—	—	—	126	85	—	271	6,3
7	Польша	—	—	—	42	—	—	—	—	253	5,9
8	Эстония	—	—	—	—	—	—	—	—	116	2,7
9	Дания	—	—	—	—	—	—	—	—	106	2,5
10	Новая Зеландия	—	—	—	9	—	—	—	57	62	1,5
	Прочие страны	80	41	22	37	16	—	137	122	12	0,3
	Итого	183	140	348	533	177	335	885	655	4 303	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.



Рис. 24. Импорт кисломолочной продукции Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

2.1.3. Сухое молоко

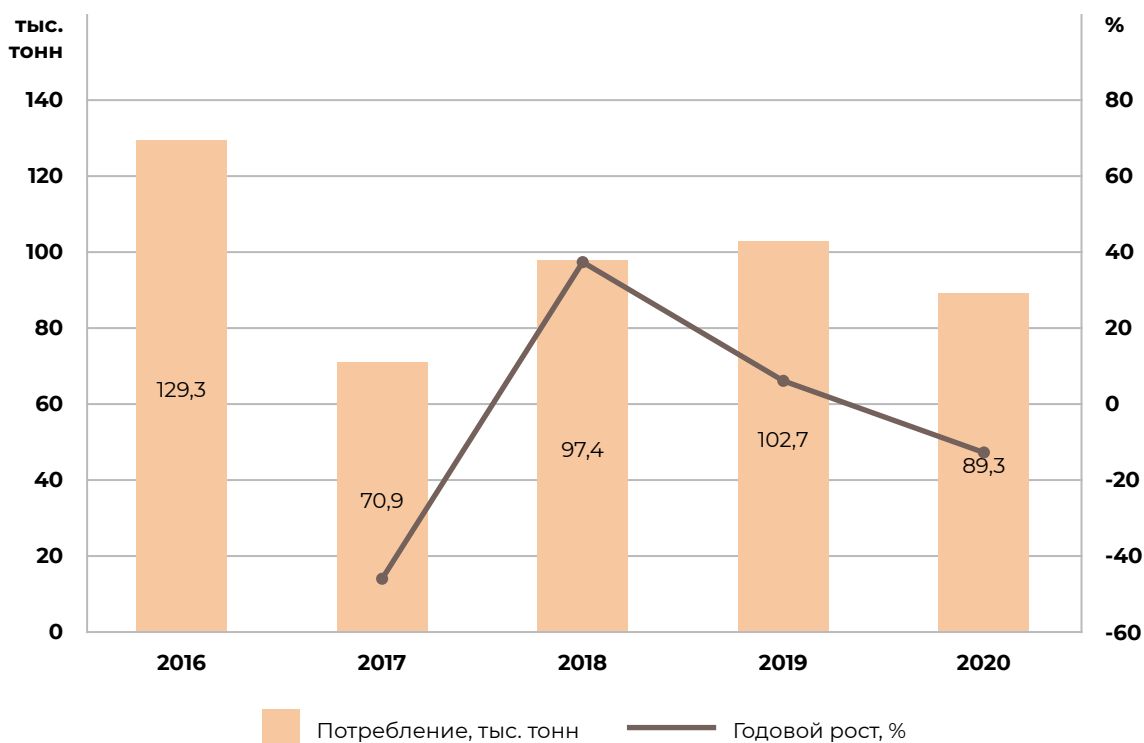
Потребление

В структуре потребления молочной продукции значительную долю занимает сухое молоко, используемое в пищевой промышленности. Потребности Египта в сухом молоке полностью удовлетворяются за счет импорта, поскольку внутреннее производство отсутствует.

В 2020 г. потребление сухого молока составляло 89,3 тыс. тонн, что на 13,0% меньше по сравнению с 2019 г. Тенденция к снижению спроса на сухое молоко связана с ростом выпуска продукции на основе натурального жидкого молока на фоне роста располагаемых доходов.

Несмотря на спад в 2016–2020 гг., ожидается, что в 2021–2026 гг. потребление сухого молока в секторе пищевой переработки будет повышаться со среднегодовым темпом роста 3,8%. Меры, принимаемые со стороны правительства Египта по упрощению процедур импорта (к примеру, создание системы «одного окна» для участников внешней торговли), а также то, что большинство товарных позиций сухого молока не облагаются ввозными пошлинами создают дополнительные возможности для поставщиков продукции на египетский рынок.

Рис. 25. Потребление сухого молока в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

В 2020 г. доля розницы в потреблении сухого молока в Египте составила 14,0%. В 2016–2020 гг. объемы розничных продаж в натуральном выражении снижались со среднегодовым темпом 3,7%. Однако в стоимостном выражении они увеличились с 82,9 до 120,7 млн долл. США (среднегодовой темп роста — 9,8%). Снижение потребления сухого молока обусловили рост цен и пандемия COVID-19, которая привела к сокращению располагаемых доходов населения. Также сыграли роль и логистические проблемы.

Средняя торговая наценка в магазинах современных форматов в 2020 г. составляла 8–10%. Крупные сети супер- и гипермаркетов сотрудничают с зарубежными производителями сухого молока напрямую, либо закупают сухое молоко у дистрибьюторов в Египте.

Лидерство на рынке в 2020 г. удерживала марка Nido от Nestlé Egypt за счет широкого ассортимента фасовок и хорошей дистрибуции. Продукты этого бренда продвигаются как полезные для иммунитета. Розничные сети активно продвигают свои торговые марки сухого молока, привлекая покупателей низкими ценами. Например, Carrefour предлагает полножирное сухое молоко под своей маркой в картонной пачке массой 300 г по ценам дешевле известных марок Nido и Rainbow от Nestlé.

Прогнозируется, что в 2021–2026 гг. розничные продажи сухого молока в Египте перейдут к росту со среднегодовым темпом 3,2%. Изменение тренда будет связано с окончанием пандемии и ростом численности населения. Тем не менее доля розничного канала останется относительно небольшой — 14,8% в 2026 г. При этом на долю сектора общественного питания приходится всего 3,3% от общего объема потребления сухого молока, и в среднесрочной перспективе значительное увеличение этой доли не ожидается.

Крупнейшим потребителем сухого молока в Египте является промышленный сектор — 82,7% общего объема в 2020 г. Сухое молоко — важный ингредиент при изготовлении мороженого, кондитерских изделий, выпечки и пирожных.

Спрос на сухое молоко в секторе пищевой промышленности в 2016–2020 гг. снижался со среднегодовым темпом 11,2%, что обусловлено двумя факторами. Во-первых, с 2016 г. сухое молоко активно заменяется питьевым из-за повышения цен первого и дефицита долларов в экономике. Во-вторых, в 2020 г. потребление снизилось на 13,0% из-за сокращения продаж во время пандемии COVID-19.

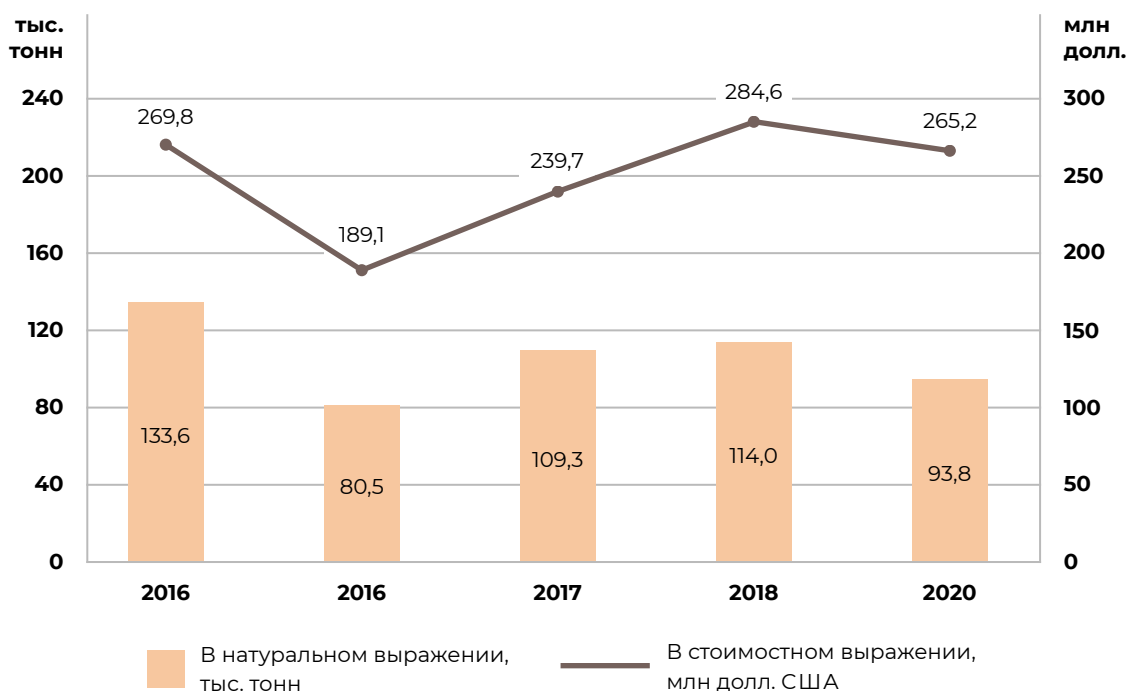
Сухое молоко, используемое в пищевой промышленности, закупается напрямую или поставляется местными дистрибьюторами. Египетская компания MGK Import & Export, к примеру, импортирует и занимается дистрибуцией продукции Fonterra, Arla, Dairy Farmers of America, а также брендов компании AgriBest.

В 2021–2026 гг. прогнозируется рост потребления сухого молока в промышленности со среднегодовым темпом 3,7% до примерно 82 тыс. тонн. Ведущими потребителями сухого молока останутся производители сыров, второе место будет занимать кондитерская промышленность.

Импорт

Сухое молоко занимает первое место в структуре импорта молока и молочной продукции Египта. По итогам 2020 г. в страну было ввезено 93,8 тыс. тонн сухого молока на сумму 265,2 млн долл. США. В период 2012–2020 гг. уровень поставок не опускался ниже 100 тыс. тонн, за исключением 2017 и 2020 гг. Несмотря на существенную потребность в импорте сухого молока, из Египта также экспортируется данная продукция: в 2020 г. было вывезено 4,5 тыс. тонн на сумму 21,3 млн долл. США.

Рис. 26. Импорт сухого молока Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2016–2020 гг.

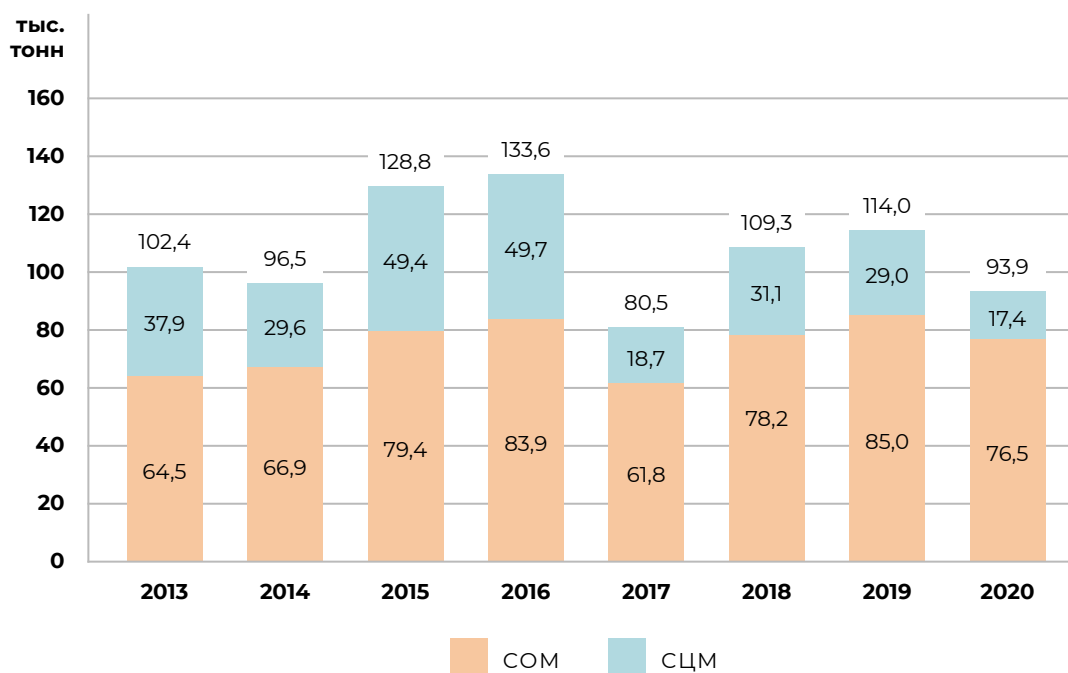


Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

В 2020 г. импорт сухого обезжиренного молока (СОМ) снизился и составил 76,5 тыс. тонн (203,5 млн долл. США). Импорт сухого цельного молока (СЦМ) также показал снижение до 17,4 тыс. тонн (61,7 млн долл. США). На долю СОМ в 2020 г. пришлось 81,5% египетского импорта сухого молока в натуральном и 76,7% в стоимостном выражении.

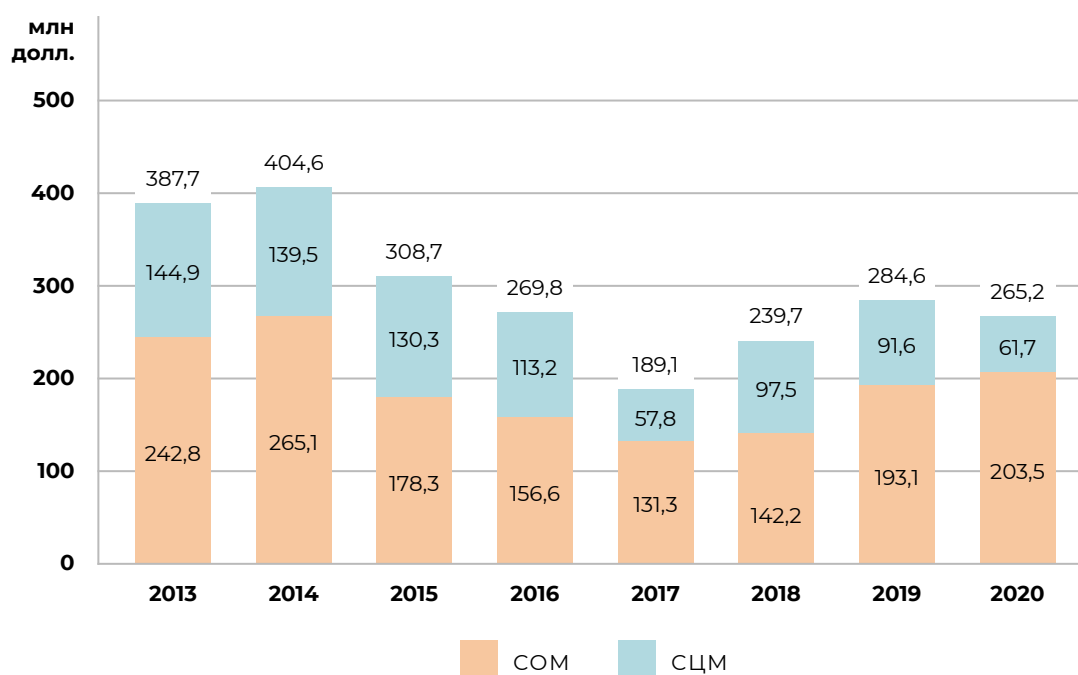
Рис. 27. Структура импорта сухого молока Египта в натуральном выражении, 2013–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 28. Структура импорта сухого молока Египта в стоимостном выражении, 2013–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

В структуре поставок сухого молока на египетский рынок наибольшая доля, примерно 22%, приходится на США, далее следуют Германия, Новая Зеландия, Франция и Канада. В 2012–2020 гг. Германия поставляла на египетский рынок в среднем около 16 тыс. тонн продукции в год; в 2020 г. объем поставок составил 15,7 тыс. тонн на сумму 41,7 млн долл. США. Новая Зеландия в 2020 г. занимала третье место как в стоимостном (38,0 млн долл. США), так и в натуральном (12,5 тыс. тонн) выражении.

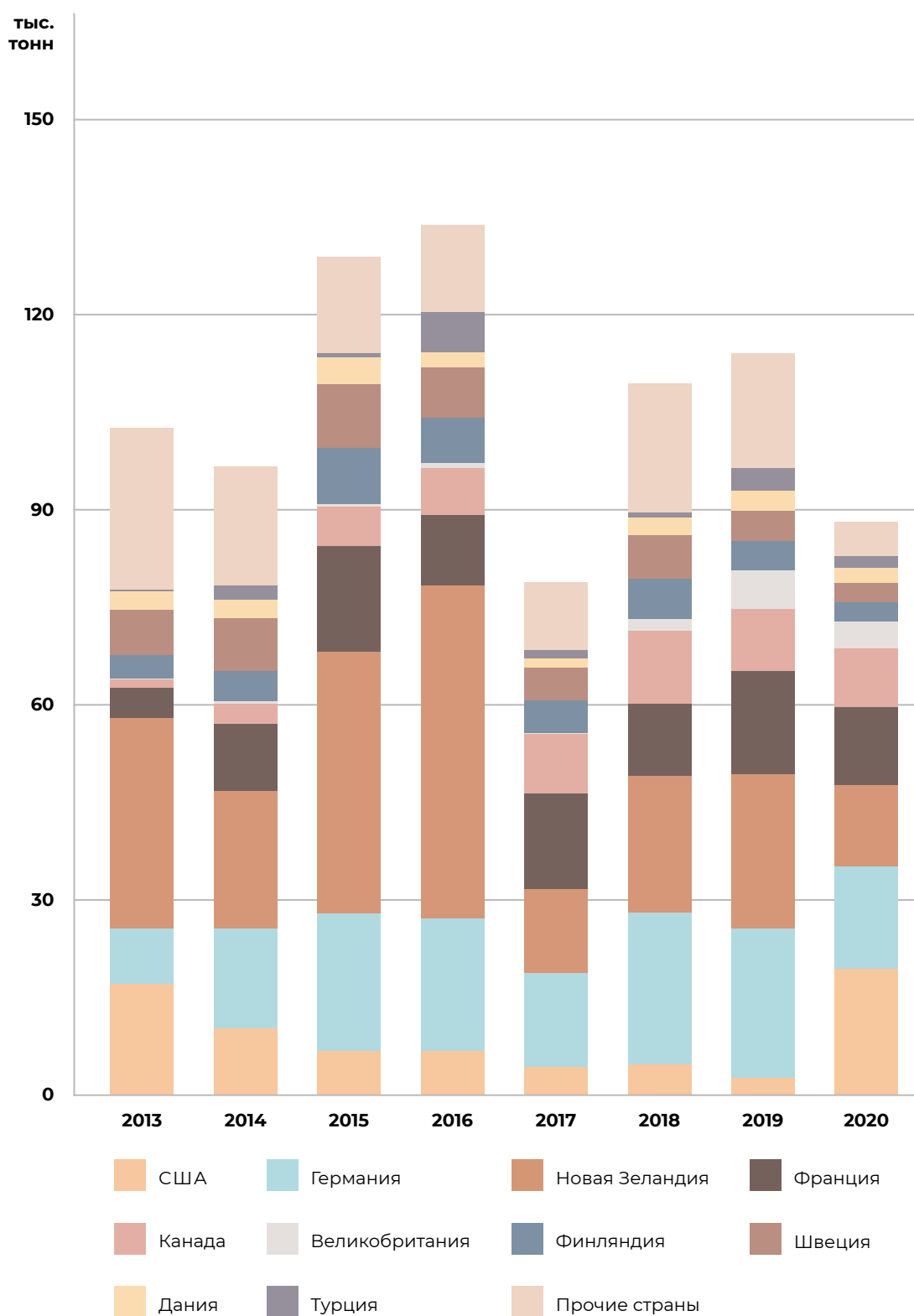
Табл. 10. Импорт сухого молока Египта по странам в натуральном выражении, 2013–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	17,1	10,3	6,8	6,8	4,3	4,7	2,7	19,4	22,1
2	Германия	8,5	15,2	21,0	20,3	14,5	23,3	22,9	15,7	17,8
3	Новая Зеландия	32,2	21,2	40,2	51,1	12,8	21,0	23,6	12,5	14,2
4	Франция	4,7	10,3	16,3	10,9	14,7	11,1	15,9	12,0	13,6
5	Канада	1,4	3,1	6,1	7,1	9,1	11,2	9,5	8,9	10,1
6	Великобритания	0,1	0,3	0,3	0,8	0,2	1,8	6,0	4,2	4,7
7	Финляндия	3,5	4,7	8,7	7,0	5,0	6,1	4,4	3,0	3,4
8	Швеция	7,0	8,1	9,7	7,7	5,0	6,7	4,7	2,9	3,3
9	Дания	2,8	2,8	4,2	2,4	1,5	2,8	3,1	2,4	2,8
10	Турция	0,3	2,3	0,6	6,1	1,2	0,7	3,5	1,8	2,1
	Прочие страны	24,8	18,2	14,9	13,5	10,5	19,9	17,6	5,2	5,9
	Итого	102,4	96,4	128,9	133,6	78,8	109,3	114,0	88,1	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 29. Импорт сухого молока Египта по странам в натуральном выражении, 2013–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Табл. 11. Импорт сухого молока Египта по странам в стоимостном выражении, 2013–2020 гг., млн долл. США

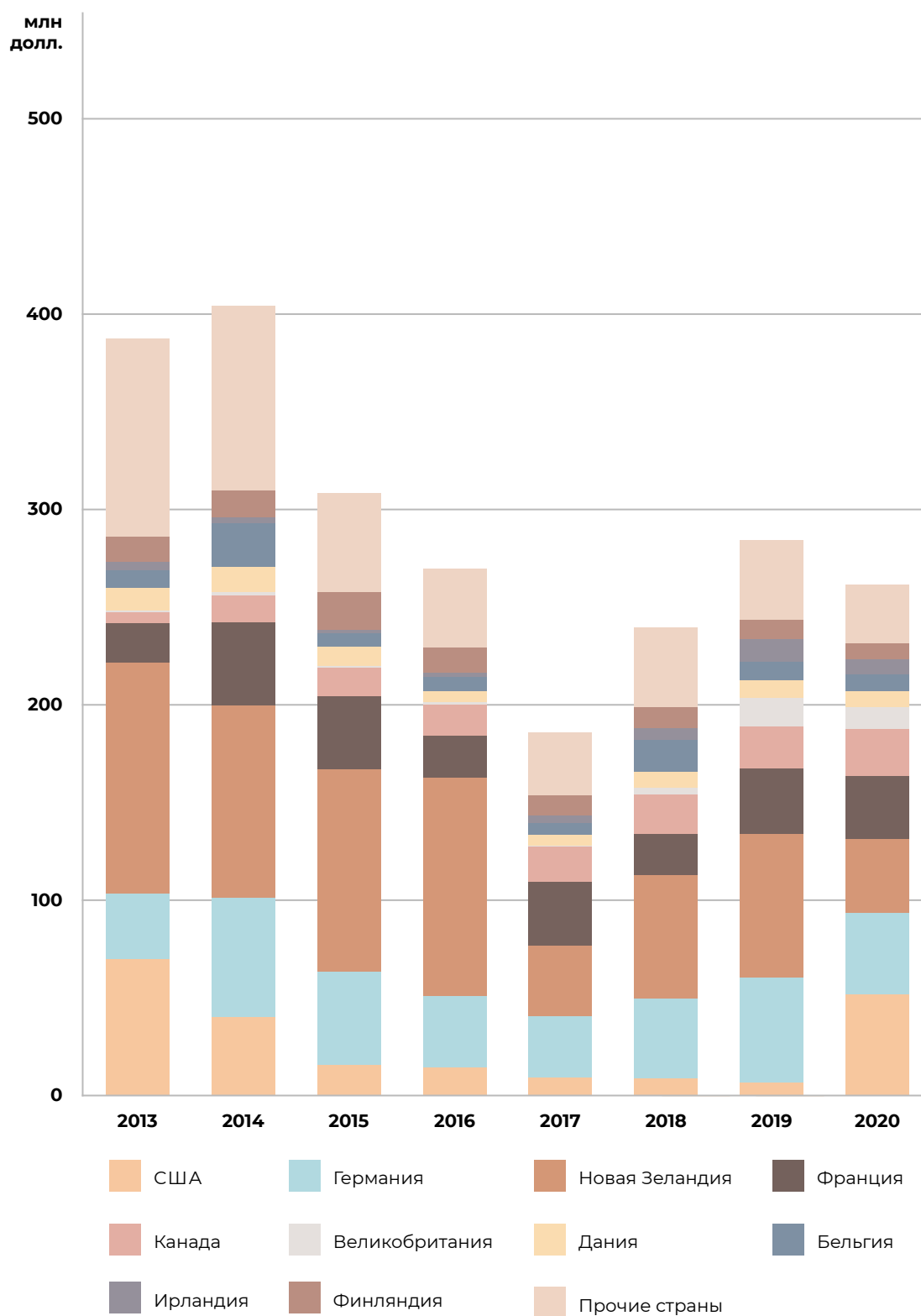
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	69,7	40,4	15,6	14,3	9,2	8,6	6,7	51,7	19,8
2	Германия	33,8	60,8	47,8	36,4	31,1	41,1	53,4	41,7	15,9
3	Новая Зеландия	118,2	98,6	103,5	111,9	36,5	63,1	73,6	38,0	14,5
4	Франция	20,0	42,6	37,8	21,8	32,4	21,1	33,7	32,2	12,3
5	Канада	5,9	13,7	14,4	15,8	18,5	20,3	21,6	23,9	9,1
6	Великобритания	0,5	1,5	0,7	1,4	0,4	3,2	14,6	11,2	4,3
7	Дания	11,9	13,2	9,9	5,4	5,2	8,4	8,9	8,6	3,3
8	Бельгия	9,1	22,2	7,3	7,6	6,3	16,4	9,8	8,2	3,1
9	Ирландия	4,1	3,2	1,7	1,9	3,7	5,8	11,3	8,1	3,1
10	Финляндия	13,0	13,5	19,3	13,1	10,5	10,9	10,0	8,1	3,1
	Прочие страны	101,7	94,8	50,7	40,1	32,2	40,7	41,0	30,0	11,5
	Итого	387,7	404,6	308,7	269,8	185,9	239,7	284,6	261,7	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.



Рис. 30. Импорт сухого молока Египта по странам в стоимостном выражении, 2013–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Средняя цена импорта тонны сухого молока в Египте в 2020 г. составила 2 826 долл. США. При этом цена продукции из США, Германии, Франции, Канады, Великобритании и Финляндии была ниже средней. В 2020 г. средняя цена импорта СОМ в Египте составила 2 662 долл. США/тонна, а СЦМ — 3 552 долл. США/тонна.

Табл. 12. Средняя цена импорта сухого молока по странам-экспортерам, 2013–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	3 786	4 196	2 395	2 019	2 351	2 193	2 496	2 826	—
США	6 408	3 914	2 226	1 877	2 169	1 830	2 442	1 332	-52,9
Германия	4 602	4 433	2 708	1 909	2 633	2 612	2 686	1 328	-53,0
Новая Зеландия	3 665	4 567	2 410	2 074	2 659	2 794	3 081	3 145	11,3
Франция	4 709	4 222	3 344	2 139	4 080	1 886	2 735	2 124	-24,8
Канада	4 098	4 586	2 343	1 882	2 008	1 855	2 263	1 332	-52,9
Великобритания	4 554	4 676	2 435	1 882	1 991	2 478	2 900	2 124	-24,8
Бельгия	4 787	4 888	2 697	2 168	3 847	2 601	2 770	3 769	33,4
Дания	4 315	4 278	2 359	2 233	3 173	2 610	5 228	3 125	10,6
Ирландия	3 534	4 456	2 713	1 991	2 590	2 870	2 750	2 896	2,5
Финляндия	3 727	2 875	2 198	1 885	2 092	1 832	2 251	2 663	-5,8

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0402.

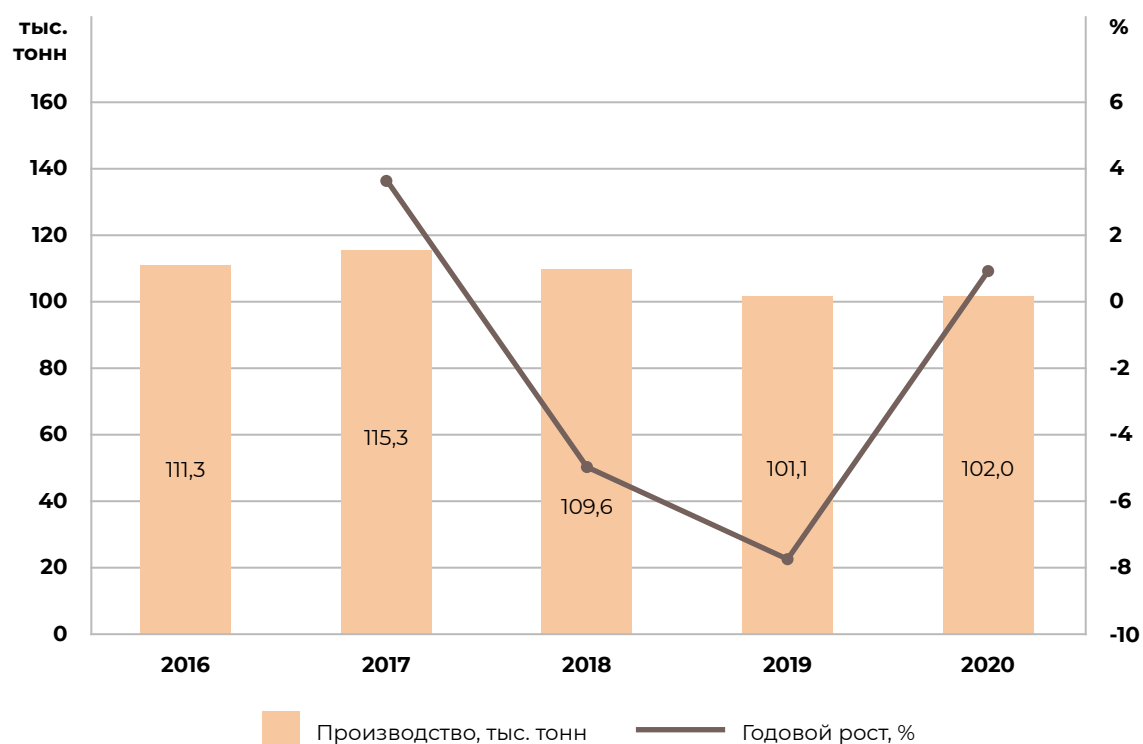
2.1.4. Сливочное масло

Производство

В 2020 г. в Египте было произведено 102,0 тыс. тонн сливочного масла, что на 0,9% выше показателей 2019 г. Среди производителей сливочного масла в Египте лидируют компании Afia International, Al Sakr for Food Industries и IFFCO Egypt.

В 2021–2026 гг. в результате увеличения производства молока и значительных инвестиций в производственные мощности ожидается рост производства сливочного масла со среднегодовым темпом 2,2%. Например, компания Ideal for Food Industries инвестировала около 800 тыс. долл. США в строительство нового предприятия мощностью 10 тонн/сутки в промышленной зоне Медина-Ситтат-Октобер.

Рис. 31. Производство сливочного масла в Египте, 2016–2020 гг.



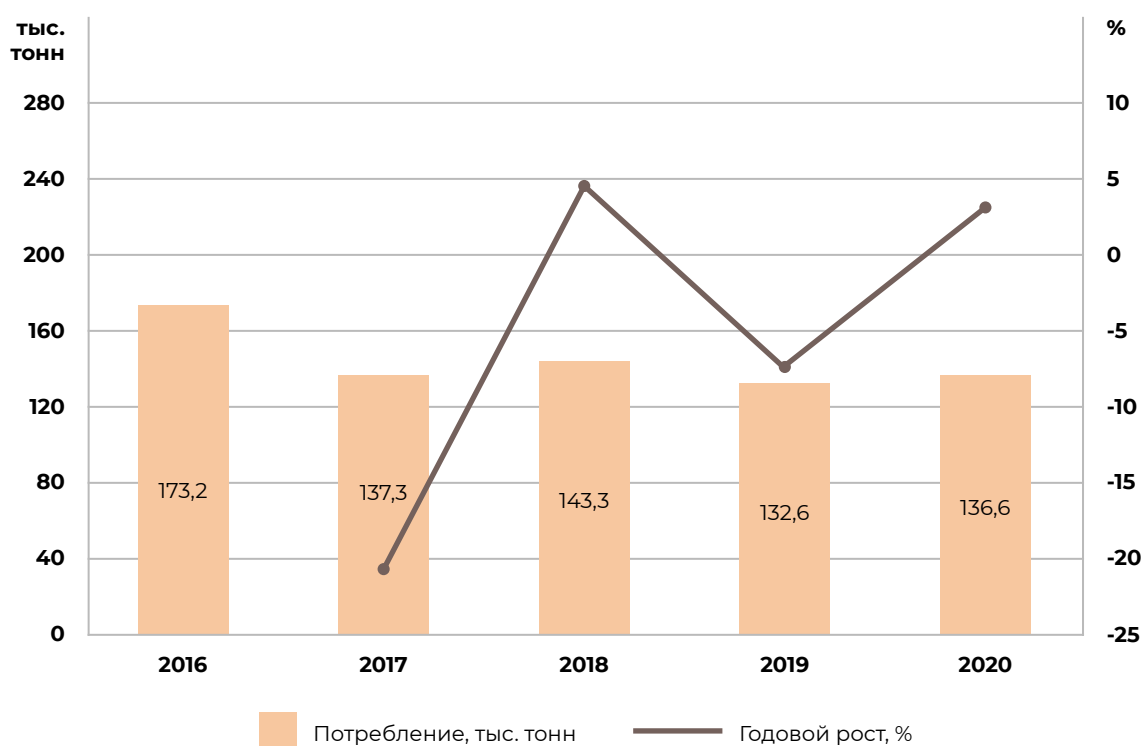
Источник: оценка Euromonitor International

Потребление

С 2016 по 2020 гг. спрос на сливочное масло в Египте показывал разнонаправленную динамику, однако в среднем снижался на 5,8% в год. Это явление было обусловлено повышением цен в условиях ослабления покупательной способности населения, а также растущей конкуренцией со стороны маргарина. В 2020 г. потребление сливочного масла достигло 136,6 тыс. тонн, показав рост на 3,0% по сравнению с 2019 г.

Сливочное масло в Египте используется как в домашней кухне, так и в производстве кондитерских изделий. Пиковый сезон продаж — период Рамадана, когда готовятся праздничные блюда.

Рис. 32. Потребление сливочного масла в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

По данным Euromonitor International, объем розничных продаж сливочного масла в натуральном выражении в 2016–2020 гг. увеличивался со среднегодовым темпом 2,9%. В 2020 г. доля розничного канала составила менее 30%. В стоимостном выражении темп роста составлял 19,7% до 53,6 млн долл. США в 2020 г.

Относительно небольшие объемы розничных продаж сливочного масла объясняются высокими ценами и ограниченной доступностью импортных брендов в современной рознице Египта. Ведущие мировые бренды — Anchor (Новая Зеландия), Lurpak (Дания) и Almarai (Саудовская Аравия) ориентируются на потребителей с высоким доходом.

Цена — важнейший критерий покупки сливочного масла в Египте. Из-за роста цен на сливочное масло потребителям приходилось переходить на более дешевые молочно-растительные спреды. Дополнительным фактором, ограничивающим потенциал роста розничных продаж сливочного масла, является отсутствие холодильных мощностей в некоторых районах Египта.

На сектор общественного питания в 2020 г. пришлось менее 5% от общего объема потребления сливочного масла, поскольку его принято использовать только в заведениях элитного уровня.

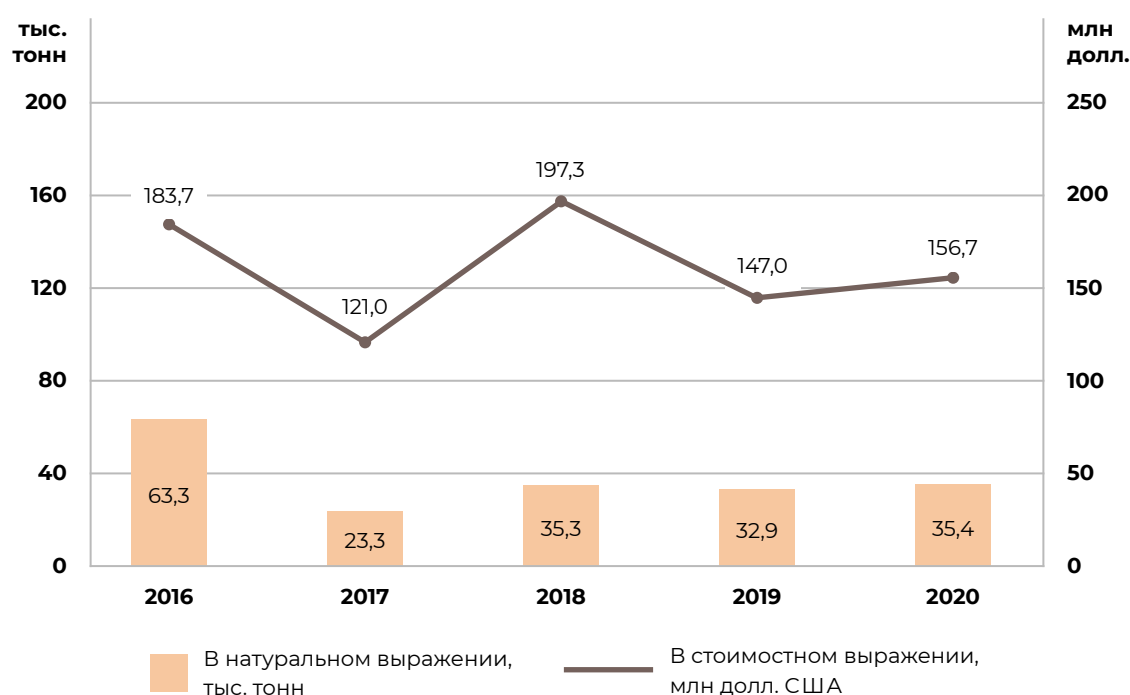
Согласно оценкам Euromonitor International, в пищевой промышленности импортное сливочное масло находит применение ввиду своих высоких вкусовых качеств. В 2020 г. доля этого сектора в общем объеме потребления составила более 60%. Масло используется в основном в производстве сладкой выпечки — пирожных, круассанов, маффинов и пирожков. Среди лидеров рынка — Edita Food Industries, Modern Bakeries 6 of October и Al Faysal Food Industry. Масло обычно поставляется местными дистрибьюторами в промышленной таре.



Импорт

Сливочное масло и прочие молочные жиры занимают третье место в структуре импорта молочных продуктов Египта. В 2020 г. объем поставок составил 35,4 тыс. тонн на 156,7 млн долл. США. По отношению к 2019 г. импорт вырос на 7,4% как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Экспорт, напротив, снизился в натуральном выражении до 0,7 тыс. тонн (-47% по сравнению с 2019 г.), однако вырос в стоимостном до 3,8 млн долл. США (в 2,1 раза по сравнению с уровнем 2019 г.).

Рис. 33. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2016–2020 гг.



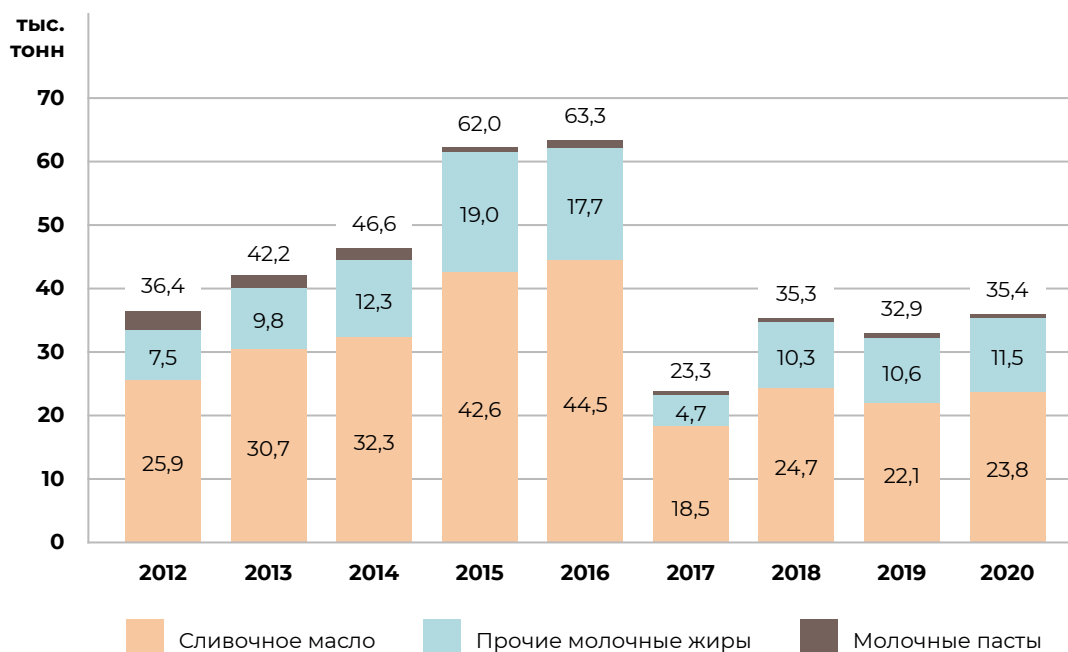
Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

В 2020 г. наибольший удельный вес в категории приходился на сливочное масло, доля которого составила 67,3% в натуральном и 67,1% в стоимостном выражении. Далее следовали прочие молочные жиры с долей 32,5 и 32,7% соответственно. Импорт молочных паст был незначителен.



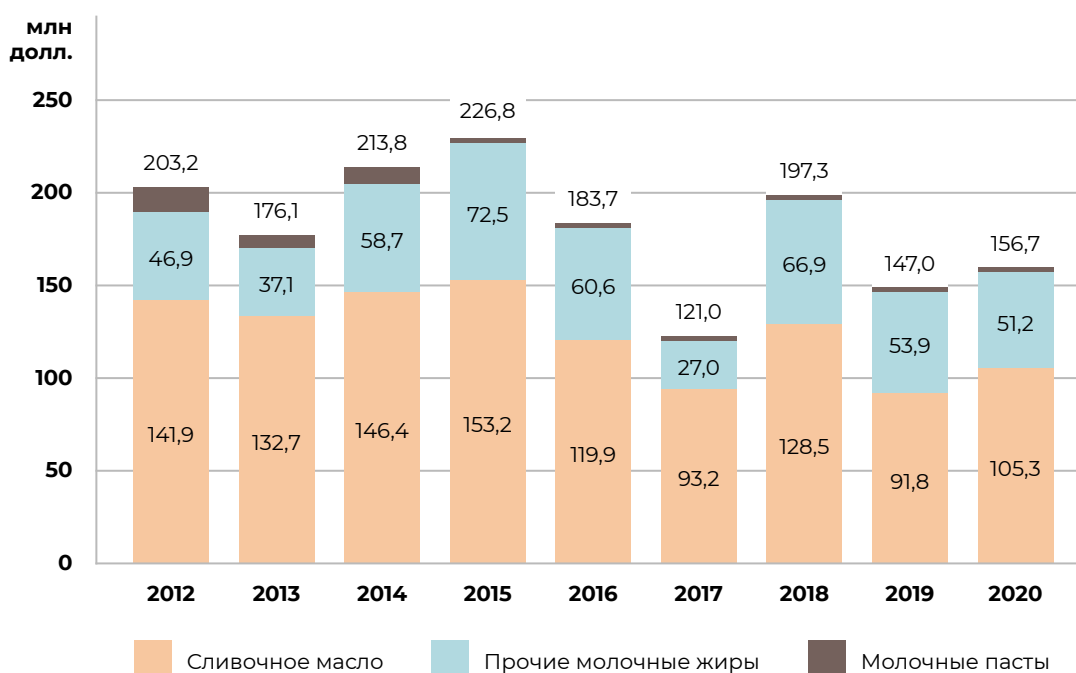
Рис. 34. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Египта в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Рис. 35. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Египта в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

В 2020 г. основными поставщиками сливочного масла и прочих молочных жиров в Египет были Новая Зеландия, Ирландия и Нидерланды, на долю которых пришлось более 70% импорта данной товарной категории. Новая Зеландия поставила 19,4 тыс. тонн сливочного масла и прочих молочных жиров на сумму 84,3 млн долл. США. Совокупный объем импорта из Ирландии и Нидерландов составил 7,4 тыс. тонн на 30,9 млн долл. США.

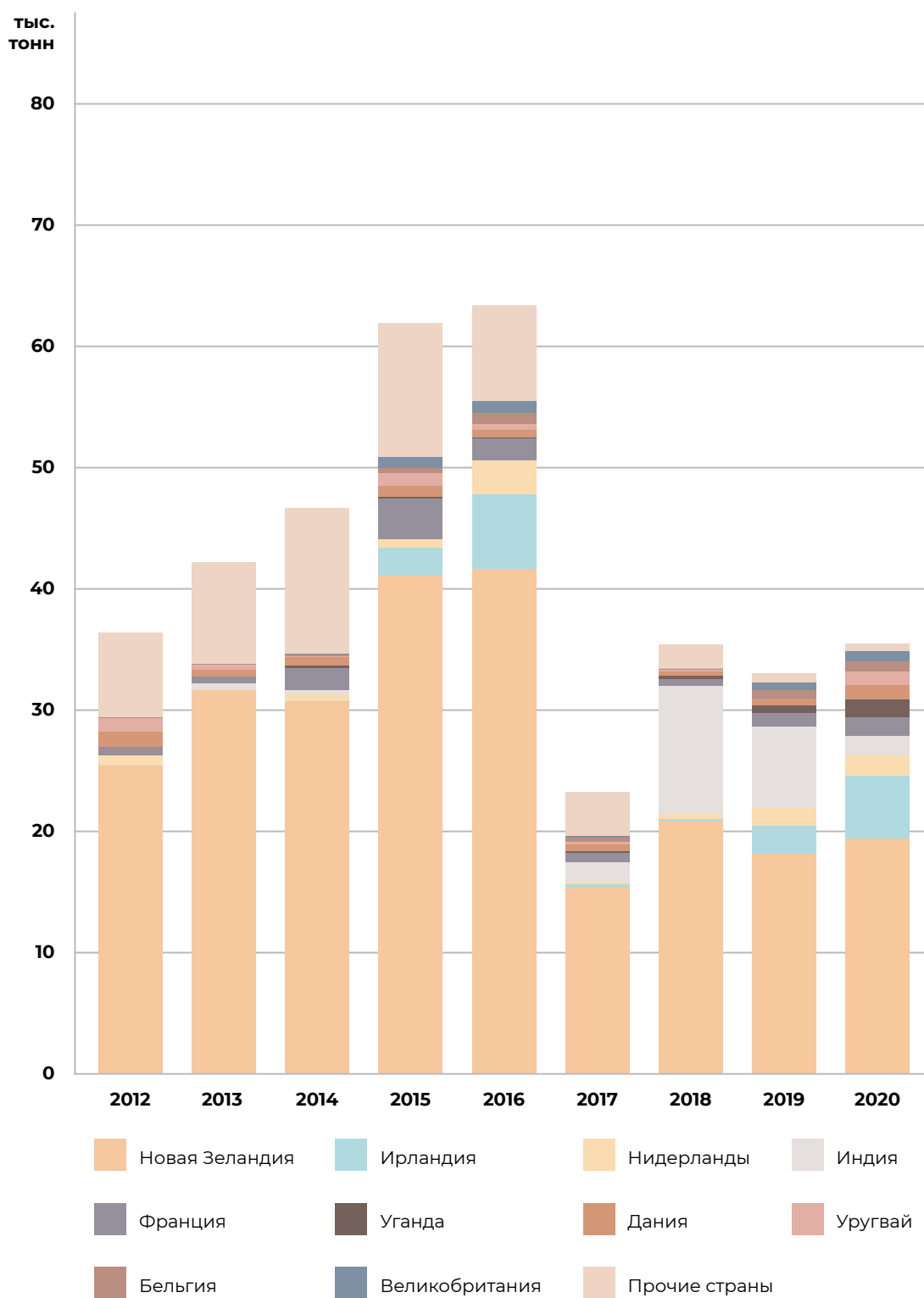
Табл. 13. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	25,4	31,6	30,6	41,0	41,6	15,3	20,8	18,1	19,4	54,9
2	Ирландия	0,0	0,0	0,1	2,3	6,1	0,3	0,2	2,3	5,1	14,4
3	Нидерланды	0,8	0,0	0,5	0,7	2,8	0,2	0,4	1,5	1,7	4,8
4	Индия	0,0	0,5	0,4	0,0	—	1,6	10,5	6,7	1,6	4,6
5	Франция	0,7	0,6	1,8	3,4	1,8	0,8	0,6	1,1	1,6	4,6
6	Уганда	0,0	—	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,6	1,4	4,0
7	Дания	1,3	0,6	0,7	0,9	0,6	0,6	0,3	0,6	1,2	3,3
8	Уругвай	1,1	0,4	0,1	1,1	0,5	0,2	0,2	—	1,1	3,0
9	Бельгия	0,04	0,03	0,1	0,4	0,9	0,3	0,05	0,7	0,9	2,5
10	Великобритания	—	—	0,1	0,9	1,0	0,2	—	0,6	0,8	2,2
	Прочие страны	7,0	8,4	12,0	11,0	7,9	3,6	2,0	0,8	0,6	1,8
	Итого	36,4	42,2	46,6	62,0	63,3	23,3	35,3	32,9	35,4	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Рис. 36. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Табл. 14. Импорт сливочного масла и прочих молочных Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

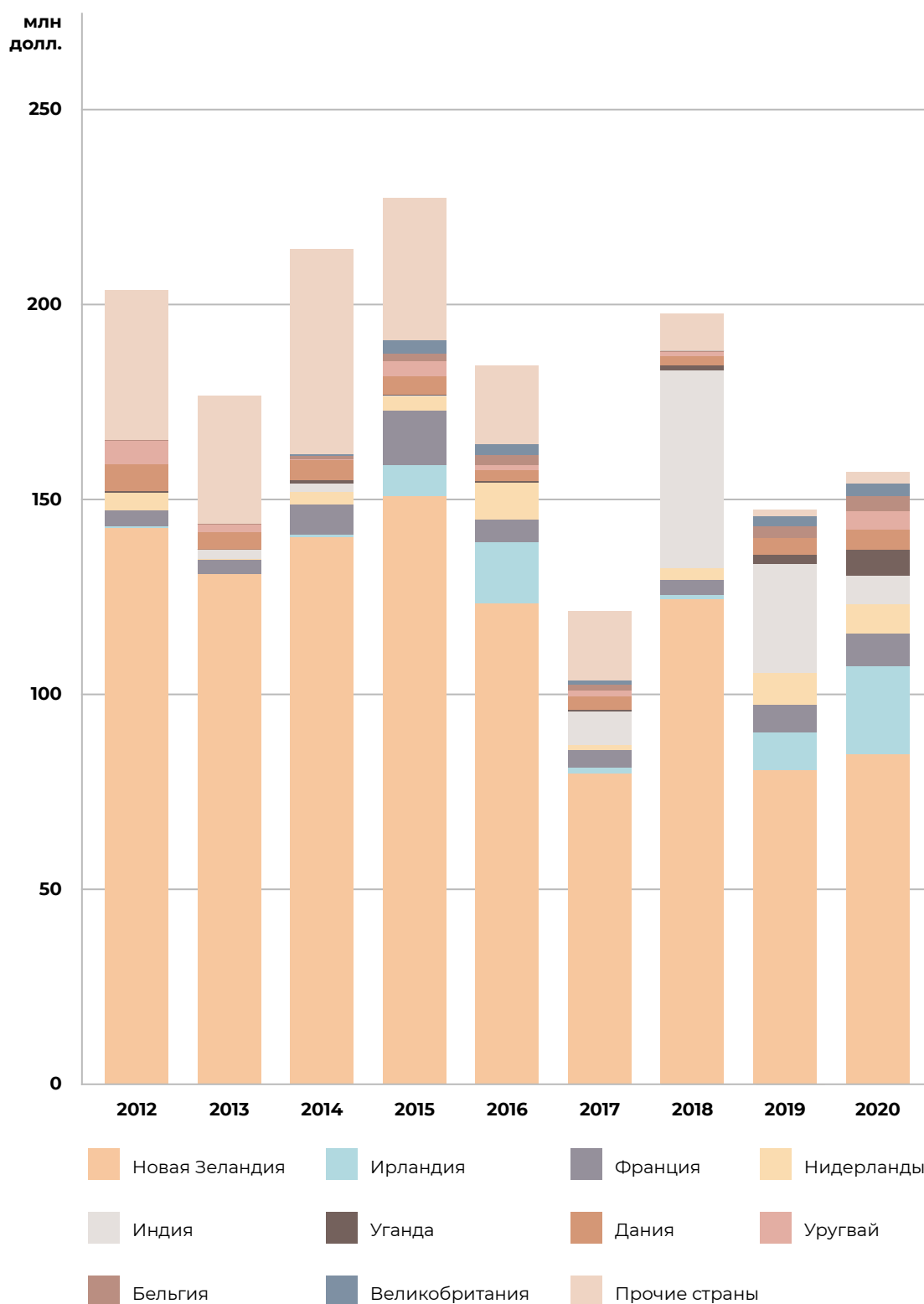
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	142,5	130,4	140,0	150,5	123,1	79,5	124,1	80,3	84,3	53,8
2	Ирландия	0,2	0,1	0,5	7,9	15,6	1,4	1,0	9,7	22,6	14,4
3	Франция	4,1	3,7	7,8	14,0	5,7	4,6	4,0	7,1	8,3	5,3
4	Нидерланды	4,5	0,2	3,3	3,6	9,5	1,2	3,0	8,0	7,7	4,9
5	Индия	0,1	2,4	2,1	0,1	—	8,6	50,5	28,0	7,2	4,6
6	Уганда	0,3	—	0,7	0,3	0,3	0,5	1,4	2,4	6,6	4,2
7	Дания	7,0	4,3	5,3	4,7	3,0	3,4	2,3	4,2	5,2	3,3
8	Уругвай	5,9	2,1	0,2	4,0	1,2	1,4	1,0	—	4,6	3,0
9	Бельгия	0,2	0,2	0,9	1,8	2,6	1,7	0,4	3,1	3,9	2,5
10	Великобритания	—	—	0,2	3,5	2,8	1,0	—	2,4	3,4	2,2
	Прочие страны	38,4	32,7	52,6	36,3	20,1	17,7	9,6	1,8	2,8	1,8
	Итого	203,2	176,1	213,8	226,8	183,7	121,0	197,3	147,0	156,7	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.



Рис. 37. Импорт сливочного масла и прочих молочных Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Средняя цена импорта тонны сливочного масла и молочных жиров в Египте в 2020 г. составила 4 430 долл. США, что на 0,7% ниже, чем в 2019 г. Наиболее низкая цена поставки наблюдалась у Новой Зеландии. При этом средняя цена импорта сливочного масла составила 4 416 долл. США/тонна, а прочих молочных жиров — 4 459 долл. США/тонна.

Табл. 15. Средняя цена импорта сливочного масла и прочих молочных жиров по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	5 581	4 175	4 586	3 661	2 903	5 194	5 581	4 463	4 430	—
Новая Зеландия	5 504	3 865	4 498	3 599	3 095	5 731	6 639	4 419	4 344	-1,9
Ирландия	5 479	6 136	4 732	3 460	2 473	4 955	5 018	4 189	4 866	9,8
Франция	5 504	5 893	4 907	4 002	2 990	6 141	6 577	6 332	4 866	9,8
Нидерланды	5 504	5 834	6 302	4 572	3 349	6 279	7 020	5 927	4 866	9,8
Индия	6 259	10 621	4 637	3 924	—	5 850	5 227	4 715	6 708	51,4
Уганда	6 258	—	4 285	3 727	2 274	4 439	4 590	4 271	4 866	9,8
Дания	5 479	6 883	7 126	5 347	5 288	6 056	7 656	7 510	4 416	-0,3
Уругвай	5 479	5 314	4 730	3 558	2 572	6 194	5 858	—	4 416	-0,3
Бельгия	5 869	6 159	5 940	4 420	3 150	6 554	7 770	5 962	4 866	9,8
Великобритания	5 479	—	4 900	3 664	2 755	4 525	—	4 118	4 867	9,9

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

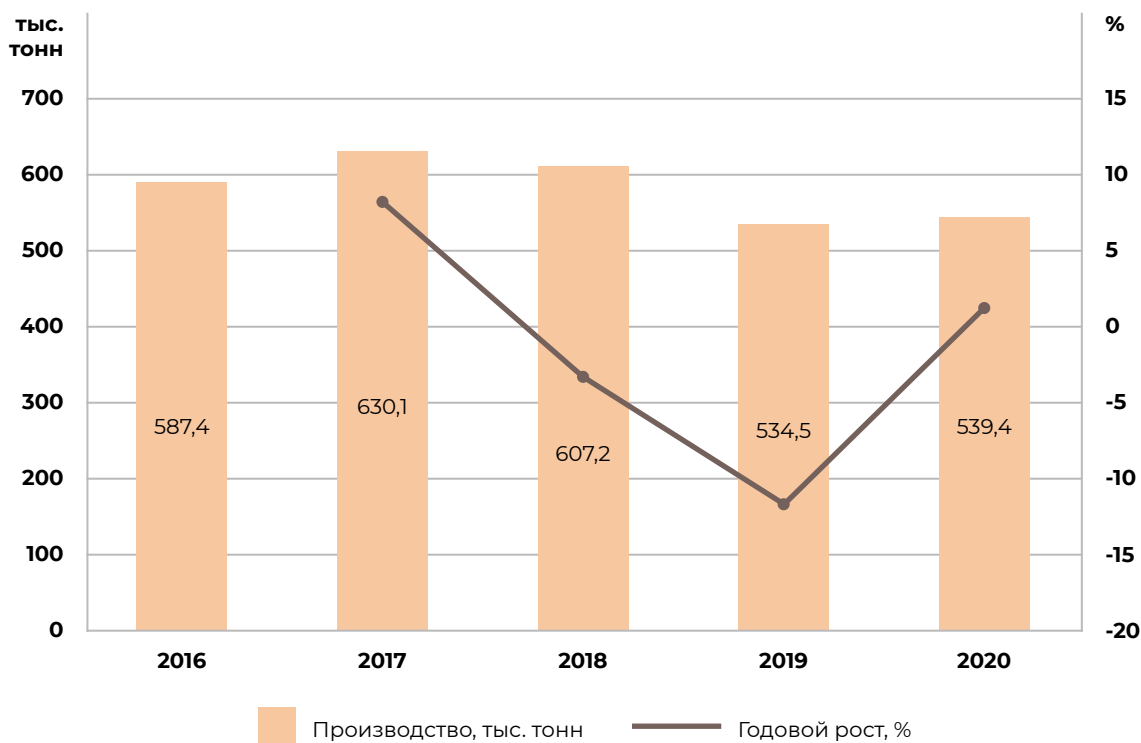
2.1.5. Сыры

Производство

Производство сыров в Египте практически полностью удовлетворяет внутренний спрос, а часть продукции идет на экспорт. Сыр традиционно занимает одно из главных мест в египетской национальной кухне. В стране популярны как мягкие сыры из различных сортов молока, так и твердые. Пик производства пришелся на 2017 г., когда в Египте было изготовлено около 630,1 тыс. тонн сыров. В 2020 г. объем производства составил 539,4 тыс. тонн.

Производством сыра в Египте занимаются как мини-сыроварни, так и современные промышленные предприятия, такие как Greenland Group for Food Industries (принадлежит Lactalis-Halawa Group), Faragalla Group, Arabian Food industries (Domty), Al Fayoum For Food Industries и другие. Основная часть небольших сыроварен расположена в сельской местности, в мухафазах Дакахлея, Файюм и Дамьетта. Они производят главным образом руми — сыр из цельного коровьего или из смеси коровьего и буйволиного молока — и карыш — мягкий ферментированный сыр из обезжиренного коровьего молока, молока буйволиц или пахты. Промышленные предприятия поставляют на рынок широкий ассортимент сыров, включая белые (типа фета), домиати, истанболи, барамели, курайш, а также сыры с низким содержанием жира и соли.

Рис. 38. Производство сыров в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Потребление

Сыр — важный элемент национальной кухни Египта. Производители улучшают качество своей продукции и выводят на рынок все новые форматы, чтобы удовлетворить спрос даже самых искушенных потребителей.

Согласно данным Euromonitor International, за период 2016–2020 гг. объем потребления сыров показал отрицательный среднегодовой прирост 1,0% и по итогам 2020 г. составил 482,9 тыс. тонн. Рынок выиграл от постепенного перехода потребителей с нарезок к упакованным форматам. Появление на телевидении большого количества новых кулинарных программ способствовало повышению знаний египтян об использовании различных сортов сыра.

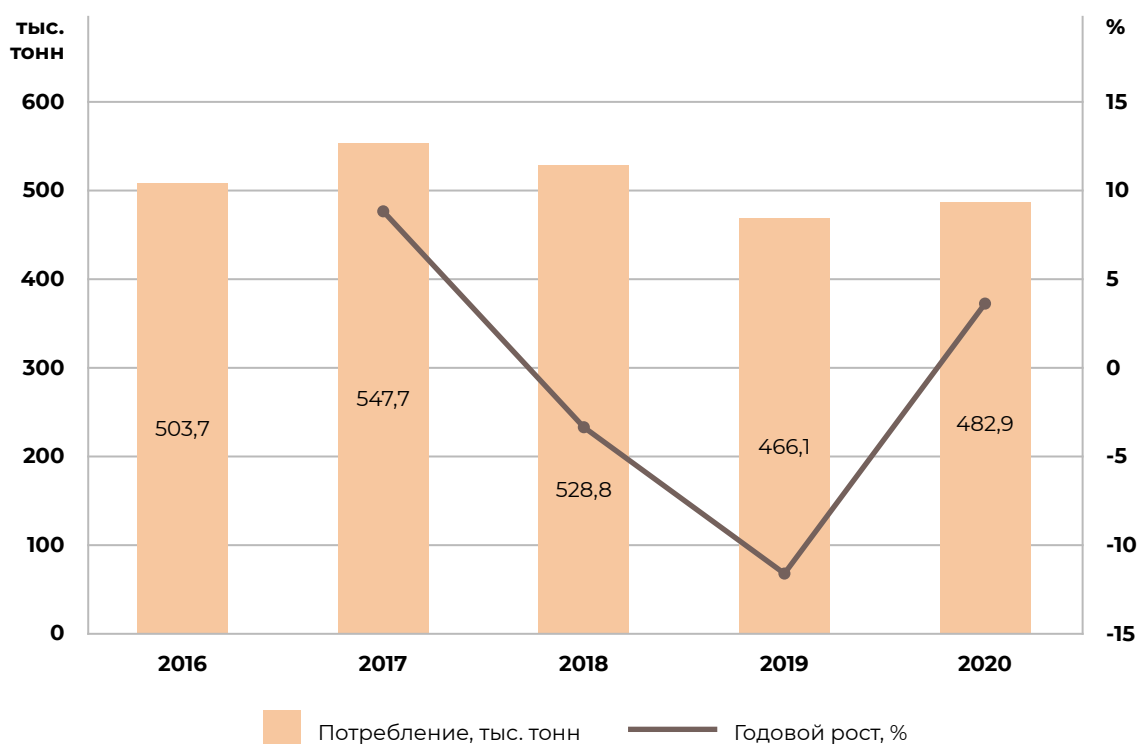
Потребление сыра обычно увеличивается в месяц Шаабан — перед Рамаданом. Согласно данным отраслевых источников, спрос на руми в этот период вырастает на 30%, а затем падает в Рамадан, когда потребители предпочитают мягкий белый сыр.

Несмотря на хорошо развитый сектор производства сыров в Египте и усилия правительства по поддержке спроса на местную продукцию, в стране существует устойчивый спрос на импортные сыры, прежде всего европейские. Популярностью пользуются поставляемые из стран Европы пармезан, моцарелла, чеддер, эдам, гауда.

В будущем ожидается рост рынка сыров с совокупным среднегодовым темпом 2,1%, что к 2026 г. должно привести к общему объему потребления на уровне выше 500 тыс. тонн. Этому будут способствовать рост численности населения, прогнозируемый низкий уровень цен и увеличение ассортимента, в том числе появление инновационных продуктов. К примеру, компания Obour Land запускает новую линейку мягких бутербродных сыров Mafrouda. Специальная упаковка позволяет хранить его при комнатной температуре, что повысит продажи в традиционных розничных магазинах, часто не имеющих охлаждаемых витрин. Линейку продуктов, которая на первом этапе включает три варианта сыра — классический плавленый, чеддер и руми, затем планируется дополнить двумя сладкими вкусами — шоколадным и кунжутным.



Рис. 39. Потребление сыров в Египте, 2016–2020 гг.



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

В 2020 г. розница обеспечила 83,1% общего объема продаж сыра, что на 5,2% больше, чем в 2016 г. Спрос вырос в период пандемии COVID-19 как результат повышения доверия потребителей к качеству и безопасности упакованных сыров. Кроме того, сыграли свою роль инновационные продукты. Так, в 2020 г. компания Bel Egypt провела редизайн линейки сыров La Vache Qui Rit и предложила новую экономичную упаковку. Также она обновила упаковку бренда Kiri. Компания Domty вывела на рынок желтый сыр фета, содержащий больше молока, и новые варианты продукции с различными специями. Увеличение потребления вкупе с повышением цен обеспечили рост рынка в стоимостном выражении со среднегодовым темпом 14,7%.

В Египте более популярны мягкие сыры, на которые в 2020 г. пришлось 58,4% розничных продаж. Такие сыры воспринимаются как важный источник протеина, продаются по экономичным ценам, предлагаются в большом ассортименте и доступны во всех розничных каналах. Традиционными являются мягкие сыры с соленым вкусом, однако растет и популярность пресных вариантов, особенно среди женщин, интересующихся здоровым образом жизни. Доступны и более экзотические варианты, например, с перцем чили.

Доля пастообразных и плавленых сыров в розничных продажах в 2020 г. составила 21,8%, доля твердых сыров — 19,8%. Быстро растет популярность упакованных твердых сыров, но сильны позиции и традиционного развесного сыра, к примеру, руми, благодаря его широкой доступности и низкой цене.

Крупные операторы розницы, например Carrefour, для расширения ассортимента завозят импортный сыр. Обычно торговая наценка в рознице составляет 10–26% в зависимости от типа и места происхождения сыра.

Прогнозируется, что продажи в рознице будут расти со среднегодовым темпом 2,8%. В 2026 г. доля канала составит 87,6%. Рост потребления будут стимулировать в том числе продуктовые инновации. Например, Best Cheese Company for Dairy Products (бренд Président) работает над совершенствованием упаковки, включая более экологичные и дешевые картонные варианты вместо пластиковых. В 2021 г. компания активно проводила промоакции (подарки, скидки), а также работала над витаминизацией сыров, созданием сыров для детского питания и безглютеновыми продуктами. Розничные цены, вероятно, останутся стабильными за счет роста конкуренции и большого числа промо-мероприятий в современной рознице. Такой тренд сохранит устоявшиеся модели покупок.

Сектор общественного питания в 2020 г. обеспечил всего 3,5% потребления сыра. К 2026 г. его доля вырастет до 6,0% благодаря отмене карантинных ограничений и возврату школ к нормальному режиму работы.

Пищевая промышленность потребляет около 13,5% общего объема сыров (2020 г.). В 2019–2020 гг. этот сектор развивался быстрее других со среднегодовым ростом 4%, что было обусловлено в основном выходом известных местных игроков в новые сегменты фасованной продукции. К примеру, компания Domty запустила несколько линий по производству сэндвичей, круассанов с начинкой и пирожков. Она планирует снабжать этой продукцией как институциональных игроков, так и сектор общепита. Если Domty использует в производстве в основном сыры собственного производства то, например, Edita Food Industries и Al-Faisal закупают широкий ассортимент сыров у местных производителей и дистрибьюторов. Кроме того, сыры в секторе пищевой промышленности используются в качестве сырья для производства плавленых сыров.

Быстрый рост пищевой промышленности во многом обеспечивается развитием производства готовых к употреблению продуктов и полуфабрикатов. Несмотря на снижение доходов в период пандемии, этот сегмент развивается за счет стремления потребителей к удобству. Более того, в разгар пандемии некоторые египтяне создавали запасы таких продуктов. В 2020 г. продажи готовой еды (включая пиццу) выросли на 6% и достигли 1,3 тыс. тонн. Крупный потребитель сыра в сегменте — Sunbullah Group, занимающая прочные позиции на рынке замороженной пиццы.

Импорт

В 2020 г. Египет импортировал 22,5 тыс. тонн сыра на 119,4 млн долл. США. По сравнению с предыдущим годом импорт снизился на 23,4% в натуральном и на 6,2% в стоимостном выражении. При этом экспорт сыров находится на первом месте в структуре экспорта молока и молочной продукции Египта: в 2020 г. было вывезено 79,7 тыс. тонн сыров (-18% по сравнению с 2019 г.) на сумму 263 млн долл. США (+4% по сравнению с 2019 г.).

Рис. 40. Импорт сыров Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

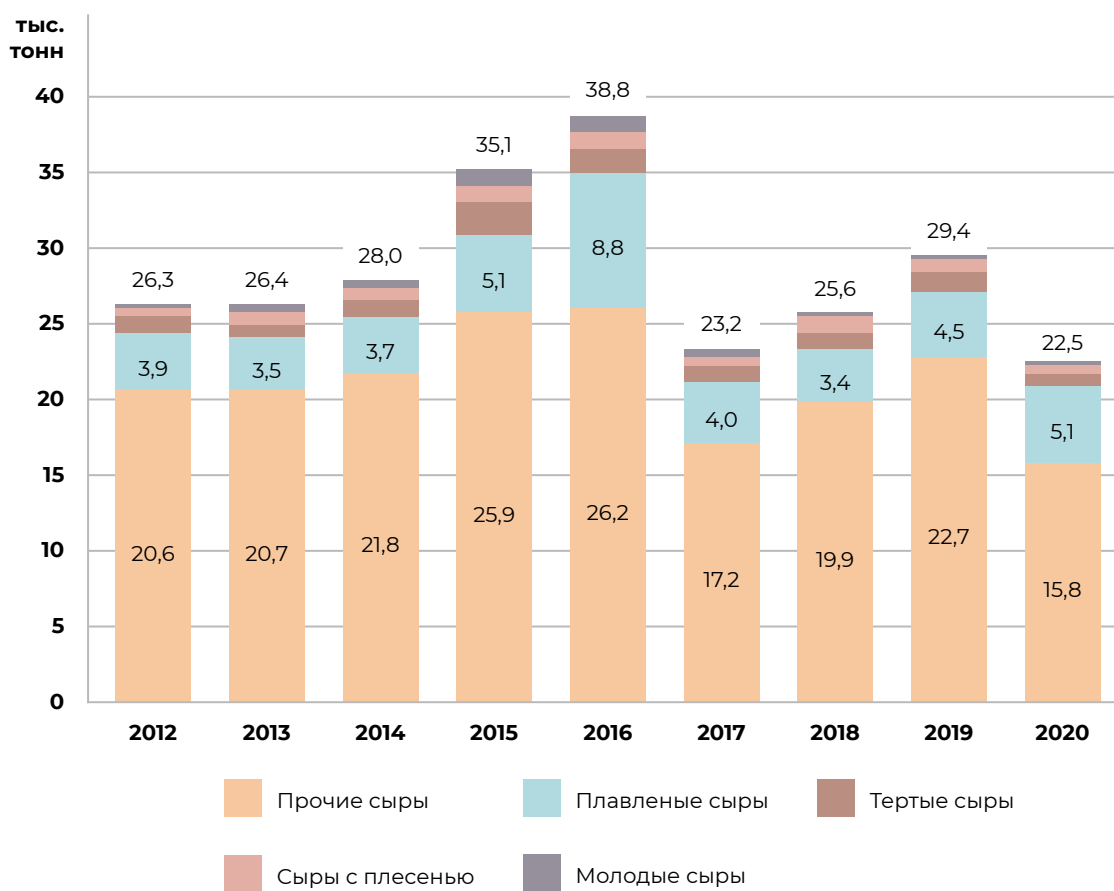


Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Египет ввозит преимущественно прочие сыры, в том числе для производства плавленых. В 2020 г. на прочие сыры пришлось 70,3% поставок в натуральном и 72,2% в стоимостном выражении. Второй по объему импорта категорией продукции являются плавленые сыры — в 2020 г. 22,8% импорта сыров в натуральном и 19,3% в стоимостном выражении. На оставшиеся категории сыров — тертые, с плесенью и молодые сыры — в 2020 г. пришлось 7% импорта сыров в натуральном и 8,5% в стоимостном выражении.

Рис. 41. Структура импорта сыров Египта в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

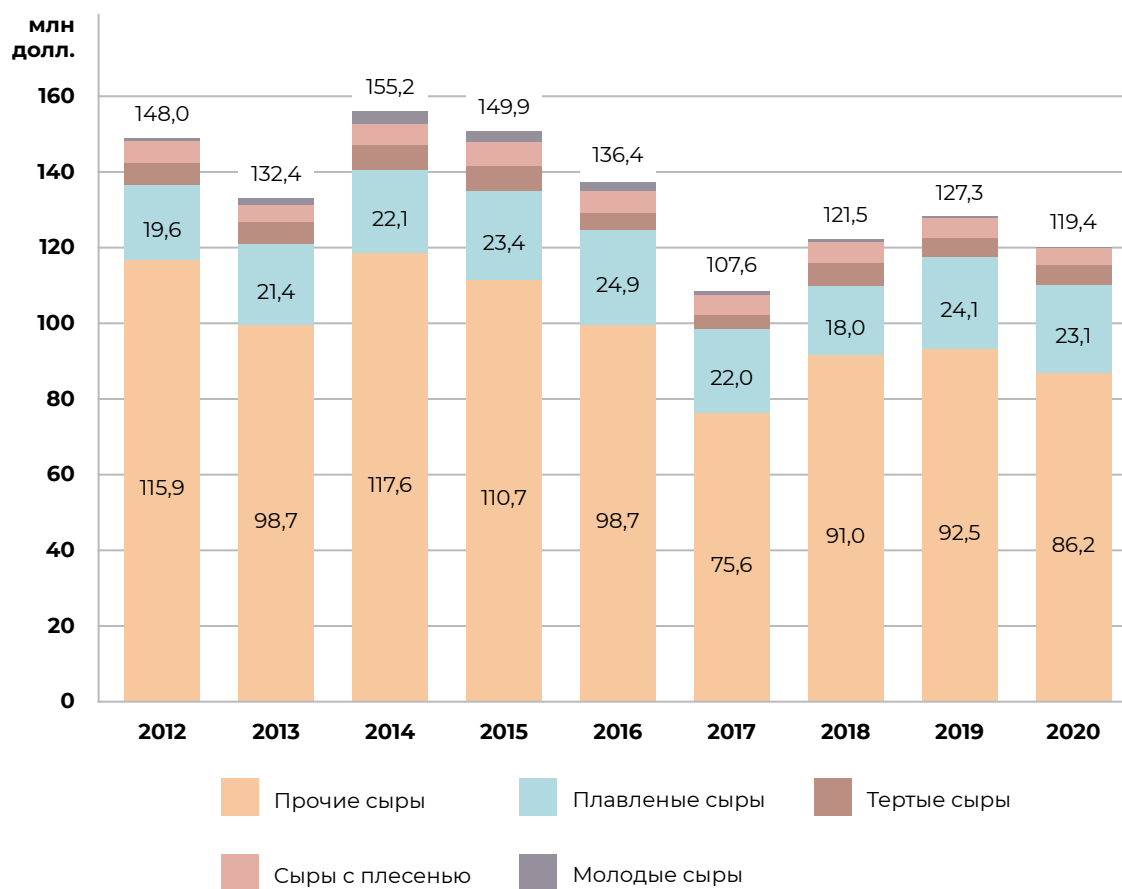


Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.



Рис. 42. Структура импорта сыров Египта в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Лидерами по поставкам сыров на египетский рынок являются Нидерланды, Ирландия, Польша и Новая Зеландия — в 2020 г. их совокупная доля составляла 71,9% импорта сыров в натуральном и 71,3% в стоимостном выражении. Примечательно, что в 2013 г. в число основных поставщиков также входили США, объемы поставок которых достигали 7,6 тыс. тонн (31,4 млн долл. США), но в последующие годы Египет постепенно отказался от импорта сыров из данной страны.

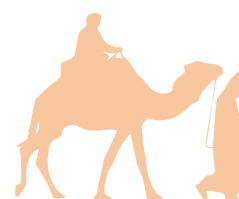


Табл. 16. Импорт сыров Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

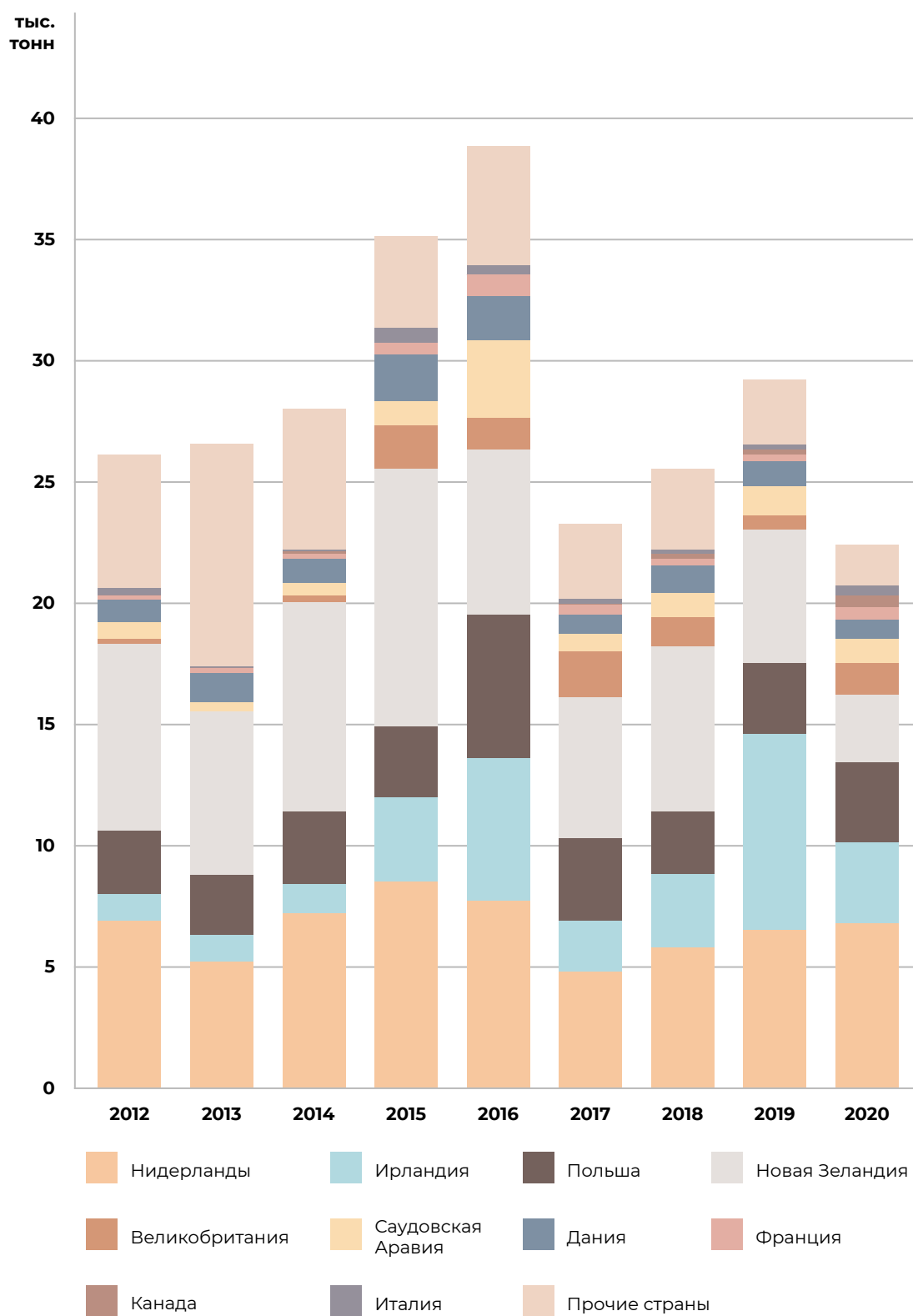
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Нидерланды	6,9	5,2	7,2	8,5	7,7	4,8	5,8	6,5	6,8	30,0
2	Ирландия	1,1	1,1	1,2	3,5	5,9	2,1	3,0	8,1	3,3	14,7
3	Польша	2,6	2,5	3,0	2,9	5,9	3,4	2,6	2,9	3,3	14,6
4	Новая Зеландия	7,7	6,7	8,6	10,6	6,8	5,8	6,8	5,5	2,8	12,5
5	Великобритания	0,2	0,01	0,3	1,8	1,3	1,9	1,2	0,6	1,3	6,0
6	Саудовская Аравия	0,7	0,4	0,5	1,0	3,2	0,7	1,0	1,2	1,0	4,6
7	Дания	0,9	1,2	1,0	1,9	1,8	0,8	1,1	1,0	0,8	3,6
8	Франция	0,2	0,2	0,2	0,5	0,9	0,4	0,3	0,3	0,5	2,3
9	Канада	—	—	0,1	—	—	0,04	0,2	0,2	0,5	2,2
10	Италия	0,3	0,05	0,1	0,6	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4	1,8
	Прочие страны	5,5	9,2	5,8	3,8	4,9	3,1	3,3	2,7	1,7	7,6
	Итого	26,3	26,4	28,0	35,1	38,8	23,2	25,6	29,4	22,5	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.



Рис. 43. Импорт сыров Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Табл. 17. Импорт сыров Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Нидерланды	40,9	31,1	47,0	49,8	42,6	26,6	31,5	34,6	36,8	30,8
2	Ирландия	6,7	6,2	6,9	12,2	17,6	8,1	12,2	20,3	18,1	15,1
3	Новая Зеландия	46,1	26,9	41,0	37,0	24,5	22,9	27,8	25,1	15,3	12,9
4	Польша	13,2	16,4	18,5	17,1	21,0	18,7	14,2	16,8	14,9	12,5
5	Великобритания	1,2	0,1	1,3	6,0	3,6	6,8	4,7	2,4	7,3	6,1
6	Дания	7,5	8,5	8,3	7,6	6,6	5,2	7,5	6,2	6,2	5,2
7	Саудовская Аравия	3,9	2,9	3,5	3,6	4,6	3,5	5,2	6,7	4,7	3,9
8	Канада	—	—	0,3	—	—	0,1	0,9	0,8	2,7	2,3
9	Франция	1,4	1,3	1,7	2,2	2,2	2,0	1,7	1,9	2,5	2,1
10	Италия	1,8	0,6	1,8	1,4	1,0	1,3	2,2	2,4	2,1	1,8
	Прочие страны	25,3	38,4	25,0	12,9	12,6	12,4	13,7	10,2	8,7	7,3
	Итого	148,0	132,4	155,2	149,9	136,4	107,6	121,5	127,3	119,4	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

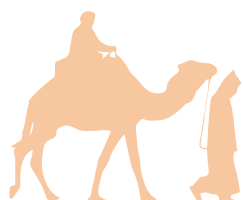
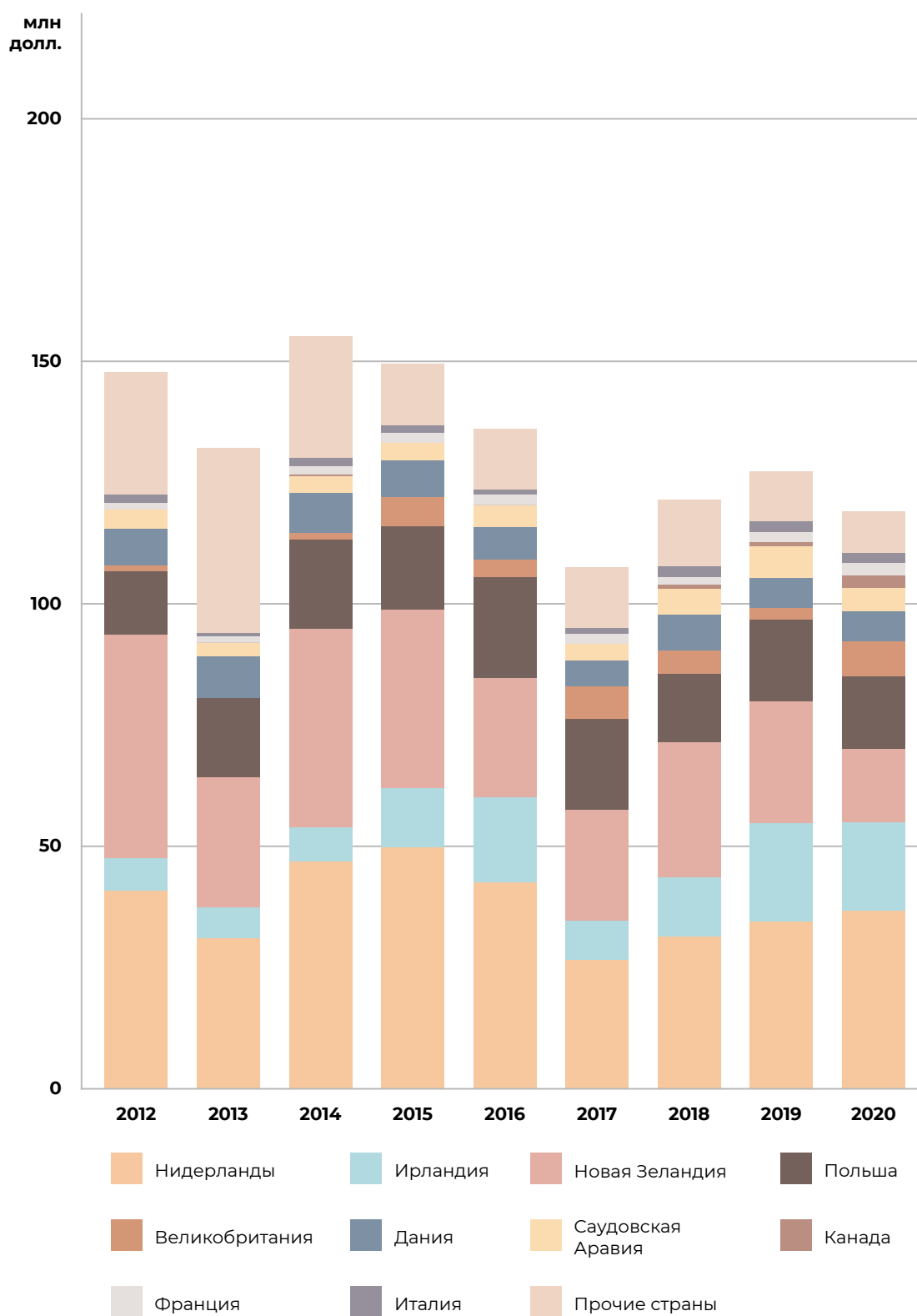


Рис. 44. Импорт сыров Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Средняя цена импорта тонны сыров в Египте в 2020 г. составила 5 303 долл. США. Самую высокую цену имела продукция из Саудовской Аравии и Дании, а наиболее дешевые сыры поставлялись из Польши и Великобритании. При этом средняя цена импорта прочих сыров в 2020 г. составила 5 451 долл. США/тонна, плавленых — 4 500 долл. США/тонна, сыров с плесенью — 8 449 долл. США/тонна, тертых — 5 377 долл. США/тонна, молодых сыров — 3 877 долл. США/тонна.

Табл. 18. Средняя цена импорта сыров по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	5 629	5 007	5 548	4 264	3 514	4 637	4 738	4 331	5 303	—
Нидерланды	6 081	5 863	6 528	4 956	3 379	6 260	5 923	6 869	6 135	15,7
Ирландия	6 081	8 024	8 390	2 999	4 627	5 825	4 070	2 498	5 451	2,8
Новая Зеландия	5 542	3 990	4 674	3 946	3 197	4 001	10 253	4 294	5 110	-3,6
Польша	5 515	5 931	5 816	4 692	3 320	5 180	5 112	5 513	4 609	-13,1
Великобритания	5 942	6 884	7 603	3 365	3 787	3 584	3 938	5 792	4 626	-12,8
Дания	6 912	6 788	9 344	4 221	3 445	6 418	6 243	6 418	6 426	21,2
Саудовская Аравия	5 429	6 438	—	4 891	1 713	5 398	5 240	5 435	7 216	36,1
Канада	—	—	4 721	—	—	3 426	4 008	3 328	5 451	2,8
Франция	6 454	7 021	6 938	4 299	3 041	5 836	5 799	4 149	4 801	-9,5
Италия	5 749	11 933	—	1 928	3 063	4 786	9 141	9 102	5 533	4,3

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

2.1.6. Сывороточные ингредиенты

Согласно данным Euromonitor International, по состоянию на 2020 г. в Египте отсутствовало собственное производство сухой молочной сыворотки.

К крупным потребителям сухой молочной сыворотки в Египте относятся следующие компании:

- **Lacto-Misr** — производитель детского питания, пищевых ингредиентов и добавок. Экспортирует продукцию в страны Ближнего Востока и Африки, имеет соглашение с Египетским управлением национальных проектов о субсидируемых поставках детского питания. Заключила франшизное соглашение с голландской компанией FrieslandCampina Kievit на производство порошков для безмолочных кремов.
- **Sima Food Industries** — производитель ирисок, шоколадных изделий, жевательной резинки, вафель и конфет. Имеет три производственных площадки мощностью более 20 тыс. тонн кондитерских изделий в год. Экспортирует продукцию в более чем 50 стран мира.
- **Edita Food Industries** — лидер египетского рынка снеков и крупный игрок на рынках Ближнего Востока и Северной Африки. Основанная в 1996 г., компания производит пирожные, выпечку, сухарики, вафли, кондитерские изделия и бисквиты. Имеет филиал в Марокко, а также представлена в более чем 15 других странах региона.
- **Novogen Pharma** — крупный игрок на рынке спортивного и диетического питания. Ассортимент включает молочный протеин, молочный протеиновый изолят и продукты для набора мышечной массы, выпускаемые в форме порошков и питьевых смесей.
- **Advanced Sports Nutrition** — один из немногих игроков на рынке спортивного питания, занимающийся разработкой и производством собственной линейки продуктов на Ближнем Востоке. Компания имеет производство в Египте и поставляет на рынок протеиновые порошки и батончики.



Импорт

В период 2012–2020 гг. импорт молочной сыворотки показывал в целом положительные темпы роста, за исключением 2017 г., когда объемы импорта снизились на 10,9% в натуральном выражении, хотя и выросли в стоимостном на 8,9%. В 2020 г. Египет импортировал 37,8 тыс. тонн сывороточных ингредиентов на сумму 85,3 млн долл. США. Экспорт сывороточных ингредиентов незначителен и в 2020 г. составил 0,3 тыс. тонн на сумму 0,7 млн долл. США.

Рис. 45. Импорт сывороточных ингредиентов Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

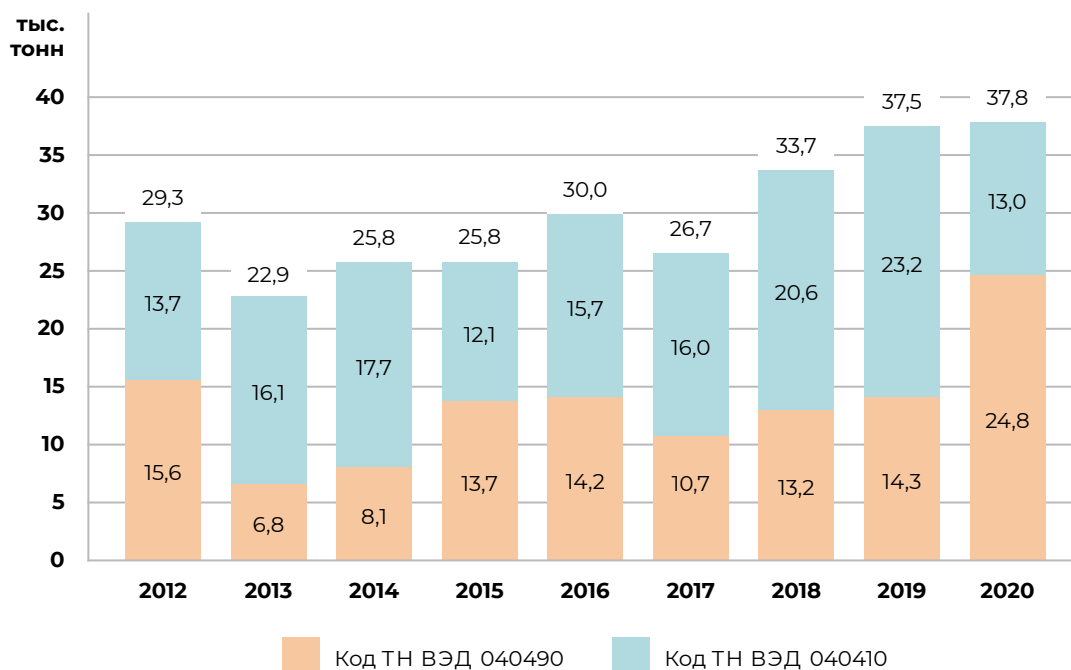


Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

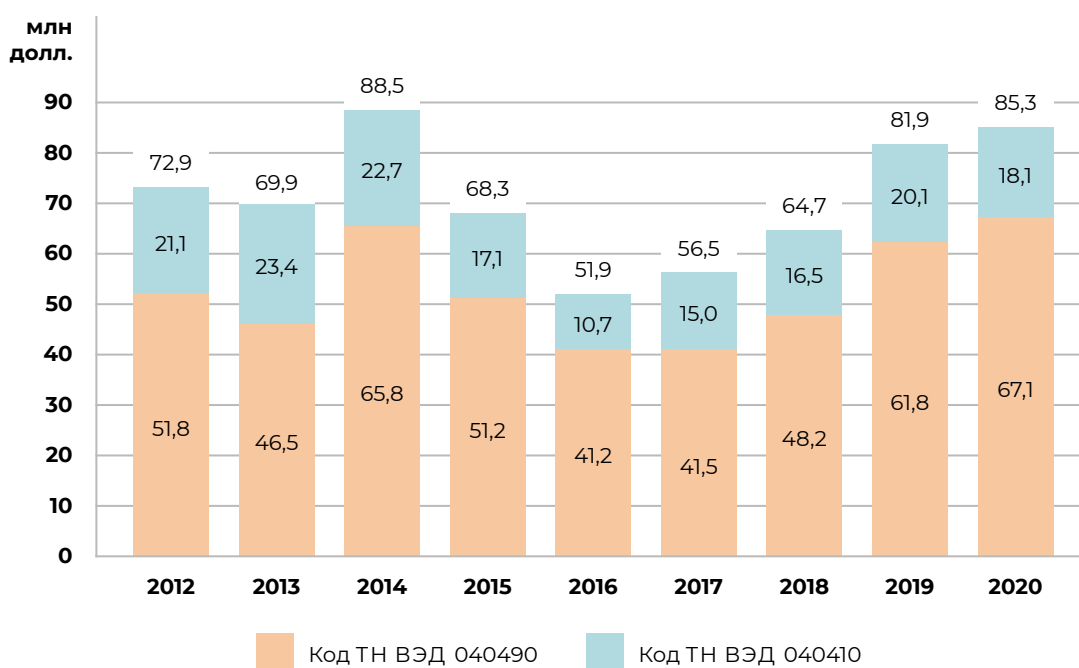
В структуре импорта сывороточных ингредиентов лидирует продукция кода ТН ВЭД 040490, на которую в 2020 г. пришлось 65,5% объема импорта в натуральном и 78,7% в стоимостном выражении.

Рис. 46. Структура импорта сыровоточных ингредиентов Египта в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Рис. 47. Структура импорта сыровоточных ингредиентов Египта в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

В 2020 г. Египет импортировал сывороточные ингредиенты преимущественно из США, Канады, Турции, Новой Зеландии и Франции. Поставки из США занимали первое место в натуральном и второе — в стоимостном выражении. В 2020 г. США экспортировали на египетский рынок 10,6 тыс. тонн продукции на 26,9 млн долл. США. Канада являлась лидером по поставкам в стоимостном выражении — 26,9 млн долл. США, но в натуральном выражении занимала второе место — 9,9 млн долл. США. До 2020 г. Канада периодически входила в пятерку крупнейших поставщиков сывороточных ингредиентов Египта, но объемы были не сопоставимы с 2020 г.

До 2019 г. в тройку основных поставщиков сывороточных ингредиентов входила Новая Зеландия, которая занимала первое место по объему поставок в 2012 и 2016 гг. В 2020 г. импорт сывороточных ингредиентов из Новой Зеландии снизился до 3,1 тыс. тонн (8,2 млн долл. США). В течение 2017–2019 гг. первым по величине поставщиком сывороточных ингредиентов на египетский рынок в натуральном выражении была Турция, но в 2020 г. экспорт данной продукции в Египет сократился до 7,3 тыс. тонн (10,1 млн долл. США).

На три крупнейшие страны-поставщика сывороточных ингредиентов Египта в 2020 г. пришлось 73,5% всех поставок в натуральном и 74,8% в стоимостном выражении.



Табл. 19. Импорт сывороточных ингредиентов Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

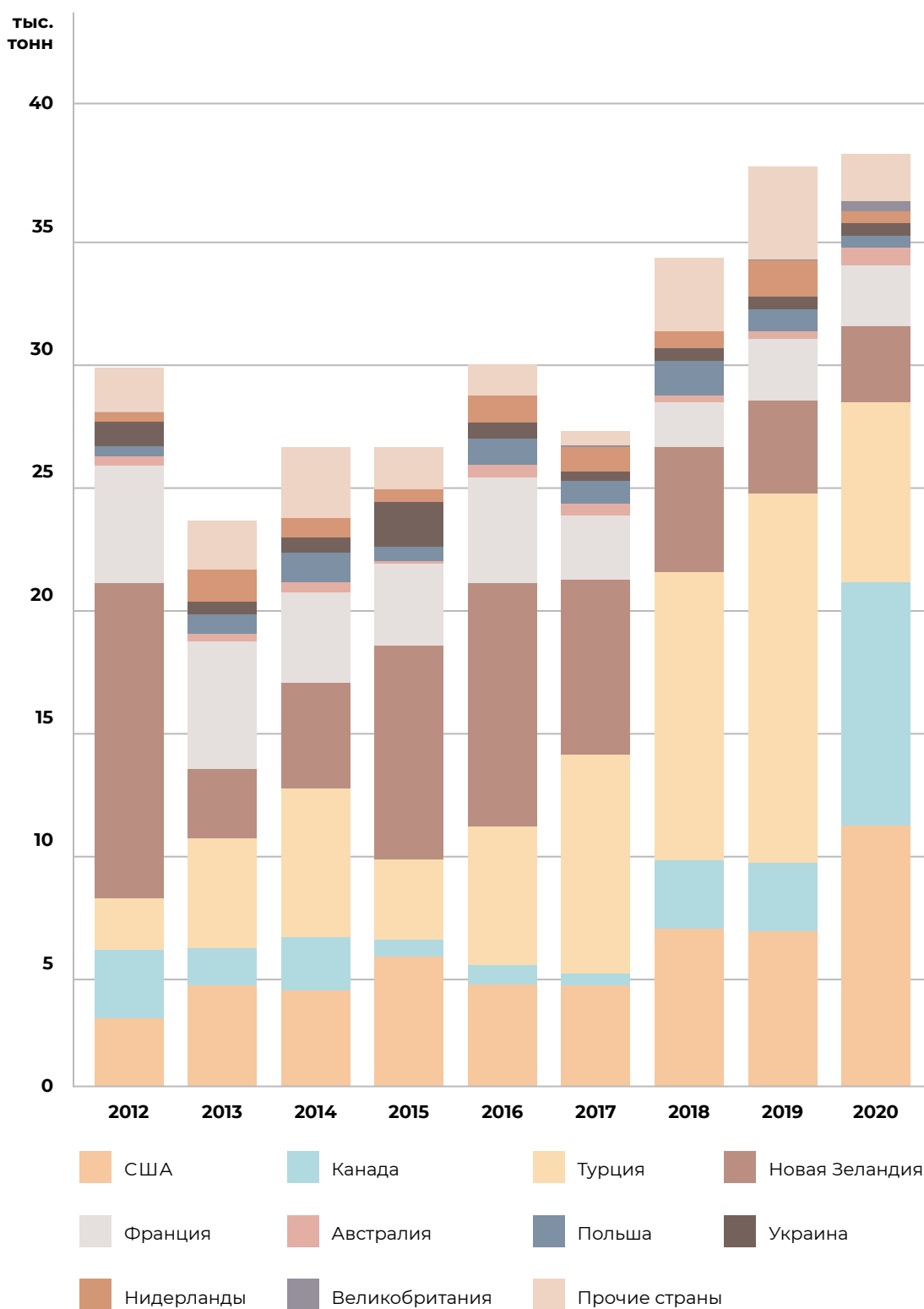
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	2,8	4,1	4,6	5,2	4,4	4,1	6,4	6,3	10,6	28,0
2	Канада	2,8	1,5	2,2	0,7	0,8	0,5	2,8	2,8	9,9	26,2
3	Турция	2,1	4,5	5,3	3,2	5,6	8,9	11,7	15,0	7,3	19,2
4	Новая Зеландия	12,9	2,8	4,3	8,6	10,1	7,1	5,1	3,8	3,1	8,1
5	Франция	4,8	5,2	3,7	3,3	4,4	2,6	1,8	2,5	2,5	6,7
6	Австралия	0,4	0,3	0,4	0,1	0,5	0,5	0,3	0,3	0,7	1,9
7	Польша	0,4	0,8	1,2	0,6	1,1	0,9	1,4	0,9	0,5	1,3
8	Украина	1,0	0,5	0,6	1,8	0,7	0,4	0,5	0,5	0,5	1,3
9	Нидерланды	0,4	1,3	0,8	0,5	1,1	1,0	0,7	1,5	0,5	1,2
10	Великобритания	—	—	0,0003	—	—	0,04	—	0,001	0,4	1,1
	Прочие страны	1,8	2,0	2,9	1,7	1,3	0,6	3,0	3,8	1,9	4,9
	Итого	29,3	22,9	25,8	25,8	30,0	26,7	33,7	37,5	37,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.



Рис. 48. Импорт сывороточных ингредиентов Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

Табл. 20. Импорт сывороточных ингредиентов Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

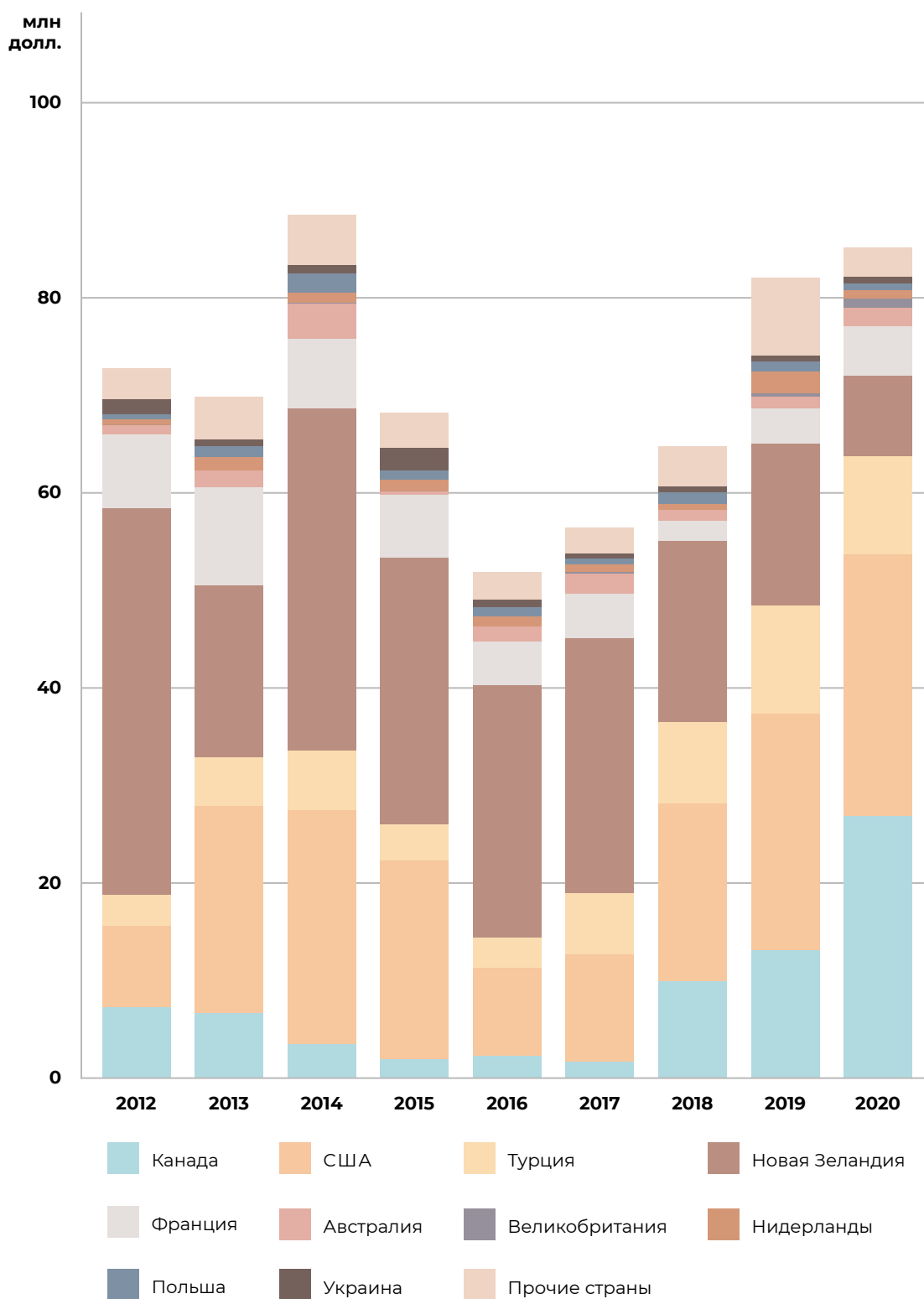
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Канада	7,3	6,7	3,5	1,9	2,3	1,7	9,9	13,1	26,9	31,5
2	США	8,3	21,2	24,0	20,4	9,0	11,0	18,3	24,3	26,8	31,5
3	Турция	3,2	5,0	6,1	3,7	3,1	6,2	8,3	11,1	10,1	11,9
4	Новая Зеландия	39,6	17,6	35,1	27,4	25,9	26,2	18,6	16,6	8,2	9,7
5	Франция	7,6	10,1	7,1	6,4	4,5	4,6	2,1	3,6	5,1	6,0
6	Австралия	1,0	1,7	3,7	0,4	1,5	2,0	1,1	1,2	1,9	2,3
7	Великобритания	—	—	0,003	—	—	0,2	—	0,3	1,0	1,2
8	Нидерланды	0,6	1,4	1,1	1,2	1,1	0,8	0,6	2,3	0,8	0,9
9	Польша	0,5	1,1	1,9	0,9	0,9	0,6	1,2	1,0	0,7	0,8
10	Украина	1,5	0,7	0,9	2,4	0,8	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8
	Прочие страны	3,2	4,4	5,2	3,6	2,8	2,7	4,1	8,0	3,0	3,5
	Итого	72,9	69,9	88,5	68,3	51,9	56,5	64,7	81,9	85,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.



Рис. 49. Импорт сывороточных ингредиентов Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

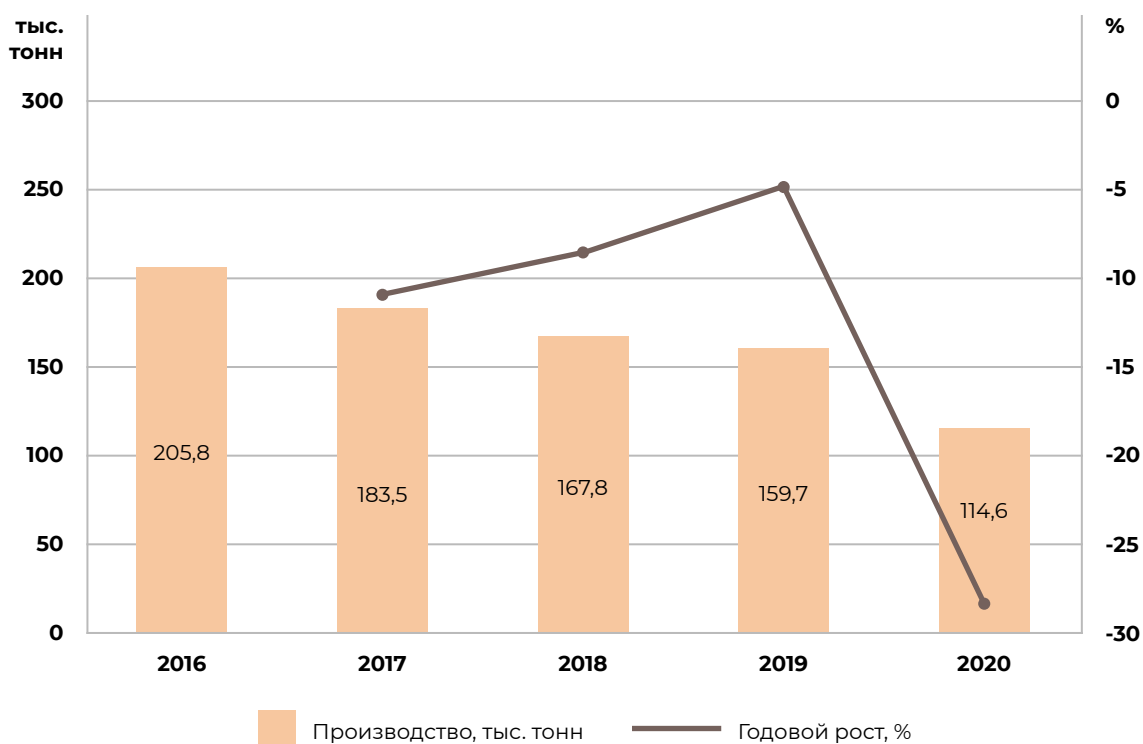
2.1.7. Мороженое

Производство

Большая часть мороженого местного производства потребляется внутри страны. Согласно данным Euromonitor International, в период с 2016 по 2020 гг. производство мороженого в Египте сокращалось со среднегодовым темпом 13,6%. Отрицательная динамика усилилась в 2020 г., когда объем производства составил 114,6 тыс. тонн, что на 28,2% меньше, чем в 2019 г. Такое резкое снижение обусловлено падением внутреннего спроса как в розничной торговле, так и в сфере общественного питания, а также торговыми ограничениями.

С 2021 г. ожидалось некоторое восстановление объемов производства благодаря восстановлению туризма, а также выводу на рынок инновационных продуктов. Согласно прогнозам, это будет способствовать увеличению продаж внутри страны и за рубежом.

Рис. 50. Производство мороженого в Египте, 2016–2020 гг., тыс. тонн



Источник: USDA, EMIS, оценка Euromonitor International

Крупнейшие производители мороженого в Египте — Nestlé Egypt, AMR Ice Cream и IFFCO Egypt. Компания Nestlé Egypt производит мороженое как для внутреннего рынка, так и для экспорта в страны Ближнего Востока и Северной Африки (например, в Иорданию, Ливан, Ливию и Тунис). Мороженое марки Movenpick экспортируется в Малайзию. Nestlé Egypt имеет хорошие возможности для разработки и регулярного пополнения ассортимента за счет добавления новых ингредиентов и различных вкусов. Так, недавно компания представила на египетском рынке мороженое-сэндвич с печеньем Wich и Paradise, а также наборы мороженого под брендом Mega.



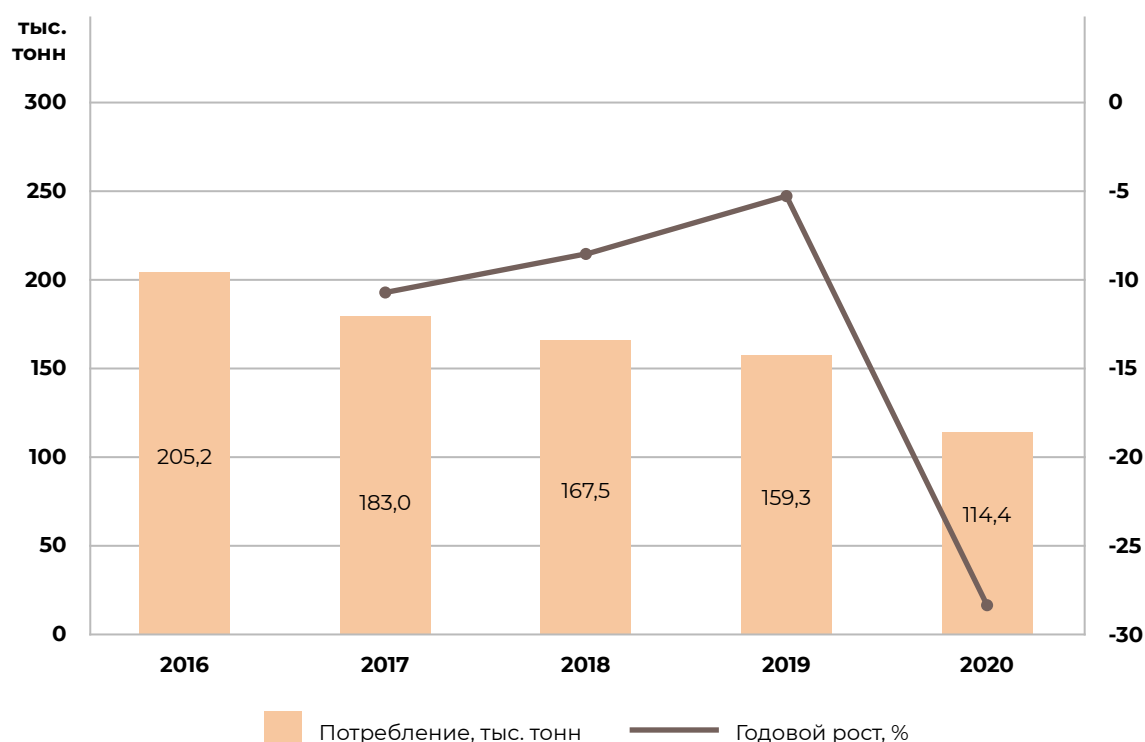
Потребление

В период 2016–2020 гг. потребление ежегодно сокращалось на 13,6% и составило по итогам 2020 г. 114,4 тыс. тонн. На потребление мороженого сильно повлияла пандемия COVID-19, в частности, продукты с содержанием льда воспринимались негативно, как потенциально опасные для иммунитета. Такое отношение привело к значительному снижению спроса среди родителей, стремящихся защитить своих детей от симптомов, похожих на заражение новым вирусом.

Местное производство почти полностью удовлетворяет внутренний спрос на мороженое. В 2020 г. на импорт пришлось только 0,3% от общего объема потребления. Основу импорта составляют продукты премиум-класса со сложной рецептурой, которые пользуются спросом в кафе-мороженовых, таких как Haagen-Dazs.

Ожидается, что в 2021–2025 гг. потребление вернется к положительной динамике со среднегодовым темпом 3,9%. Этому будет способствовать отмена ограничений, связанных с COVID-19, что приведет к росту спонтанных покупок и потребления «на ходу». Дополнительными позитивными факторами станут восстановление внутреннего и международного туризма и активизация маркетинговой деятельности. Кроме того, производители премиального мороженого, такие как Bouza Roll, Raindrop и Dara’s Ice Cream, запускают новые торговые точки по продаже данного продукта, ориентированные на состоятельные слои населения.

Рис. 51. Потребление мороженого в Египте, 2016–2020 гг., тыс. тонн



Источник: оценка Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

Розница в 2020 г. обеспечила 79,1% продаж мороженого. На импульсные покупки приходится около 70,9% объема розничных продаж. Размер порции на палочке, в рожке или стаканчике в основном составляет от 50 до 125 мл. Популярными брендами Nestlé Egypt являются Kimo, Extreme, KitKat, Oreo и Mega. Nestlé Egypt часто проводит маркетинговые кампании, поддерживаемые телевизионной рекламой. Местные игроки предлагают более конкурентные цены, чем Nestlé Egypt, — от 0,13 до 0,32 долл. США за порцию. При этом акцент в дистрибуции делается на городских районах проживания потребителей с низкими доходами и сельской местности.

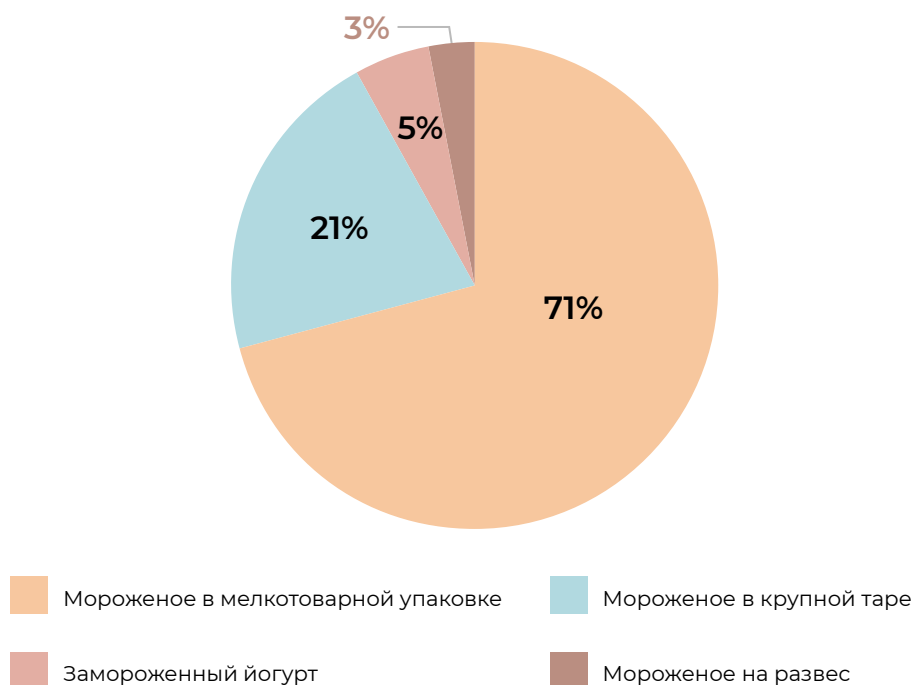
На домашнее потребление мороженого приходится 21,4% объема розничных продаж. Семейные форматы особенно популярны у чувствительных к цене потребителей. Основной бренд Nestlé Egypt, нацеленный на потребителей с низким и средним доходом, — Carnavilita. Мороженое этой марки со вкусом ванили, шоколада, манго и др. продается в среднем по 0,87 долл. США за пачку массой 500 г.

Торговая наценка в рознице составляет обычно около 3–5% в зависимости от марки мороженого и ценового позиционирования.

Доля розницы в продажах, как ожидается, останется стабильной до 2026 г. Объем розничных продаж будет расти со среднегодовым темпом 2,6%. Также прогнозируется рост сегмента замороженного йогурта. Уровень цен до 2026 г. с высокой вероятностью будет более стабильным, чем в предшествующие пять лет.

При этом в структуре продаж мороженого в розницу доминирует мелко-товарная упаковка, на которую приходится 71% продаж сегмента. Мороженое в крупной таре занимает значительно меньшую долю — 21%. На оставшиеся виды — замороженный йогурт и мороженое на развес — приходится по 5 и 3% соответственно.

Рис. 52. Продажи мороженого в рознице по видам в натуральном выражении, 2020 г.



Источник: оценка Euromonitor International

На сектор общественного питания в 2020 г. пришлось 20,9% продаж мороженого. В 2016–2020 гг. продажи в общепите снижались со среднегодовым темпом 5,8%. Однако в период до 2026 г. ожидается их восстановление со среднегодовым темпом 8,2%.

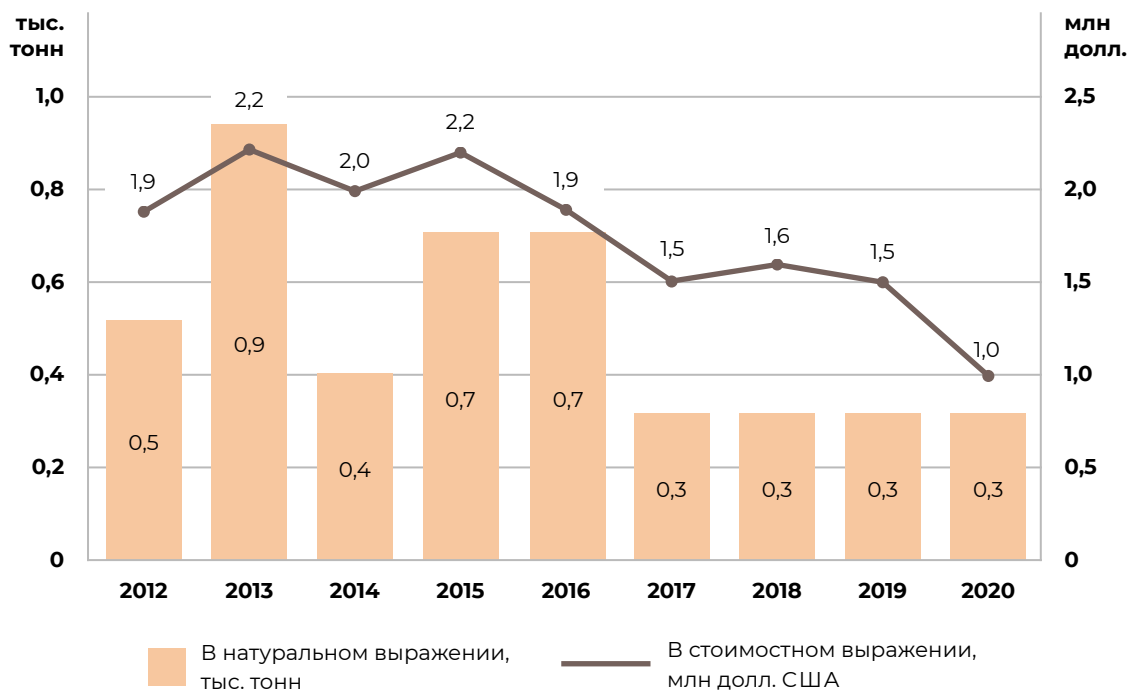
Сектор общепита на египетском рынке мороженого сильно фрагментирован, поскольку в нем работает множество мелких частных предприятий. Среди сетевых игроков в 2020 г. лидерство сохраняли Baskin-Robbins (Americana Group) и Sultana (Egyptian Italian Food). Baskin-Robbins имеет 34 специализированных кафе, Sultana управляет 25 точками продаж.

Большинство игроков приобретают 5- или 1-литровые упаковки мороженого для продажи на развес. В 2020 г. оптовая цена килограмма мороженого составляла примерно 4,5 долл. США. В кафе можно купить мороженое с экзотическими вкусами, которого нет в розничном канале. Топинги и добавки, включая орехи и фрукты, также являются конкурентными преимуществами.

Импорт

В 2020 г. в Египет было ввезено всего 289,8 тонн мороженого на общую сумму 958,7 тыс. долл. США, что на 5,9% больше в натуральном, но на 35,2% меньше в стоимостном выражении по сравнению с предыдущим годом. Экспорт мороженого в 2020 г. составил 507 тонн на сумму 1,8 млн долл. США.

Рис. 53. Импорт мороженого Египта в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

В 2020 г. основным экспортером мороженого в Египет с долей 30,7% была Франция, объем поставок из которой составил 89 тонн (294,3 тыс. долл. США). Далее следовали ОАЭ, Испания, США и Саудовская Аравия. На эти пять стран-поставщиков пришлось 86,6% импорта мороженого Египта.

Табл. 21. Импорт мороженого Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн

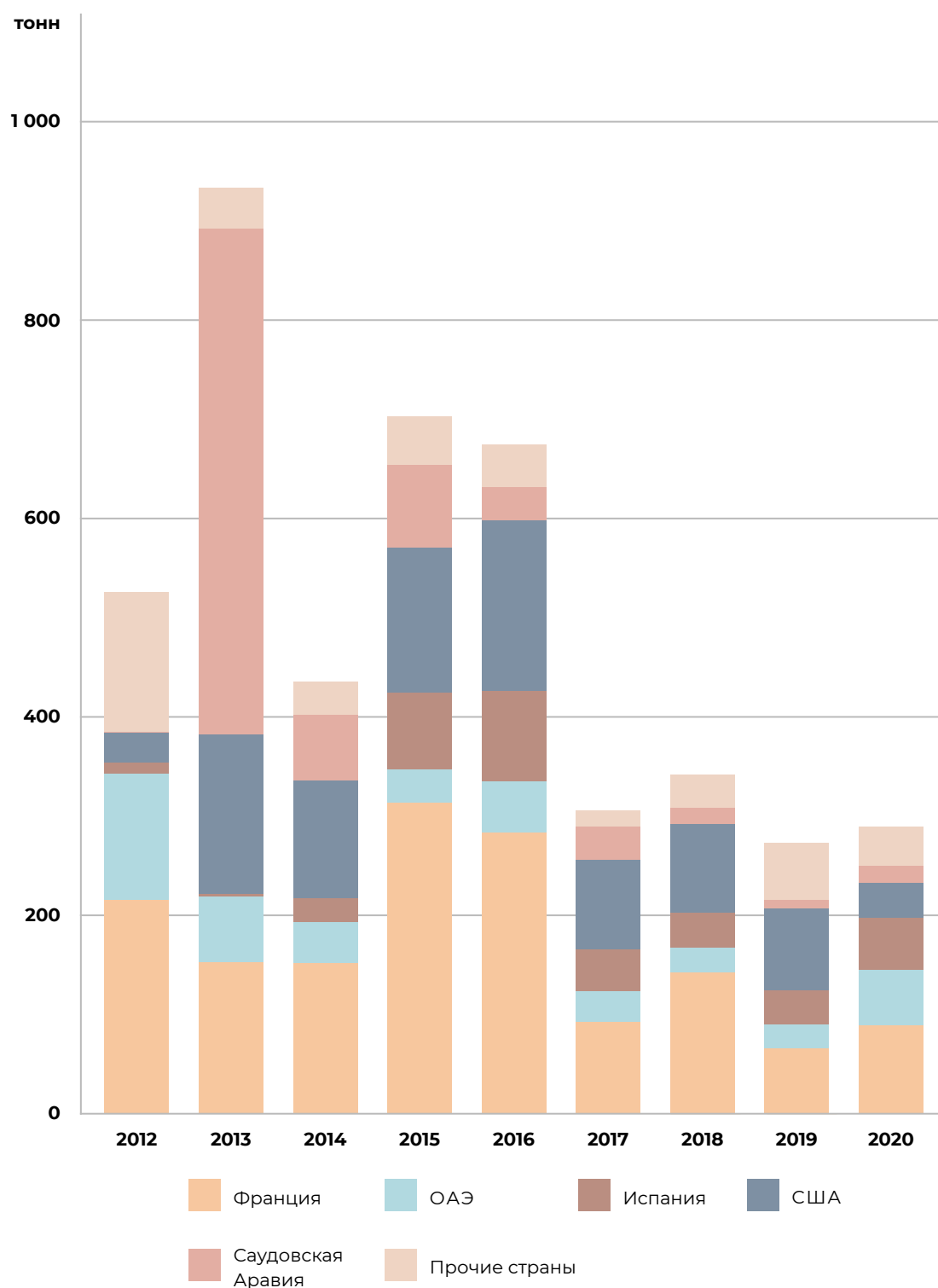
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Франция	215,5	153,1	151,8	314,2	283,9	92,4	142,9	65,9	89,0	30,7
2	ОАЭ	127,7	66,0	42,0	33,3	52,1	31,5	24,5	24,1	56,6	19,5
3	Испания	12,0	2,6	24,0	77,8	90,7	41,7	36,1	34,5	52,0	17,9
4	США	29,6	161,3	118,4	146,8	172,6	90,7	89,2	82,7	35,3	12,2
5	Саудовская Аравия	0,5	511,3	66,8	83,2	33,9	33,9	15,9	8,7	18,0	6,2
	Прочие страны	141,9	41,6	33,0	49,6	42,4	16,0	33,8	58,0	39,0	13,4
	Итого	527,1	936,0	436,0	704,9	675,6	306,1	342,4	273,8	289,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.



Рис. 54. Импорт мороженого Египта по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

Табл. 22. Импорт мороженого Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США

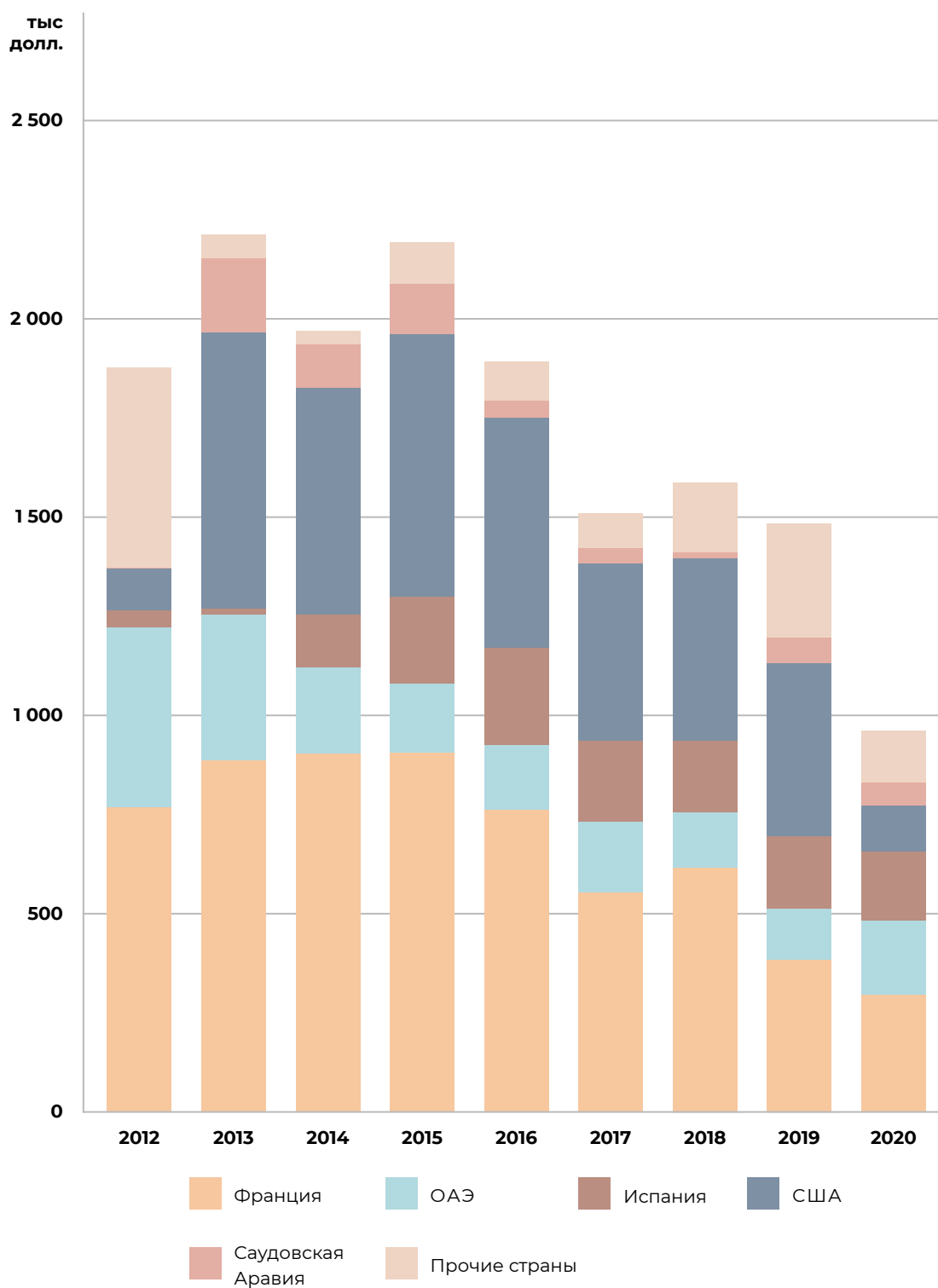
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Франция	766,2	885,1	901,6	903,9	761,5	551,5	615,0	383,0	294,3	30,7
2	ОАЭ	454,3	367,0	218,0	173,8	161,4	180,0	137,5	127,4	187,3	19,5
3	Испания	42,5	14,8	131,1	219,7	245,2	201,9	182,2	183,6	171,9	17,9
4	США	105,1	694,9	572,8	660,9	580,0	448,3	457,8	434,6	116,7	12,2
5	Саудовская Аравия	1,7	186,9	107,7	126,1	42,3	37,1	15,2	65,6	59,6	6,2
	Прочие страны	504,8	59,0	35,0	104,3	99,1	89,1	177,3	286,1	128,9	13,4
	Итого	1 874,6	2 207,6	1 966,2	2 188,6	1 889,5	1 508,0	1 585,1	1 480,3	958,7	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.



Рис. 55. Импорт мороженого Египта по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., тыс. долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

2.2. Потребительские предпочтения

Цена — ключевой критерий покупки

Лояльность к брендам остается в Египте сравнительно низкой в отношении таких продуктов, как питьевое молоко, сливочное масло и сыры. Спрос на указанные группы продуктов определяется в основном ценой. Как правило, потребители выбирают самый дешевый продукт из имеющихся в наличии, уделяя меньше внимания торговым маркам и происхождению продукта. Исключением являются потребители с высоким уровнем дохода, которые предпочитают качественную здоровую пищу и больше доверяют дорогим импортным продуктам, особенно при покупке масла и сыров.

Йогурт — неотъемлемая часть рациона египтян

Египетские потребители едят йогурт как десерт, а также используют как ингредиент для приготовления блюд национальной кухни. При этом спрос на него носит ярко выраженный сезонный характер: объемы продаж возрастают в священный месяц Рамадан, а также во время учебного года. Наиболее популярен натуральный йогурт без добавок. Среди ароматизированных йогуртов египтяне отдают предпочтение клубничному независимо от бренда, за ним следуют другие фруктово-ягодные вкусы (персик/абрикос, манго и т.п.).

Сливочное масло — универсальный ингредиент для различных блюд

В египетских семьях сливочное масло в основном намазывают на хлеб и выпечку, но в последние годы оно нашло более широкое применение в кулинарии. Его стали использовать в испанской тортилье (яичнице с картофелем и/или другими овощами) и многих десертах, таких как торты и печенье. Сливочное масло также часто используют как ингредиент при приготовлении шашлыка из овядины или куриного мяса. Пик продаж сливочного масла приходится на месяц Рамадан.

Сыры — традиционный продукт для завтрака

Большинство египтян потребляют как мягкие, так и твердые сыры. При этом мягкие белые сыры, например, домиати, считаются основным продуктом для завтрака. Потребители отдают предпочтение традиционным солоноватым сортам сыра, таким как руми, карыш и барамели, однако растет популярность и «легкого» пресного сыра, особенно среди женщин, стремящихся к здоровому питанию.

Тренд на здоровое питание

В сегментах мороженого и йогуртов ожидается рост популярности продукции, которая позиционируется как здоровая, в частности, с уменьшенным содержанием жира и сахара, а также использованием натуральных ингредиентов, таких как фрукты. К примеру, базирующаяся в Каире сеть кафе-мороженого Gelato Mio использует фермерские фрукты для изготовления мороженого и сорбета. Меню меняется в зависимости от сезонности фруктов. Тем не менее стремление к наслаждению и импульсные покупки остаются ключевыми драйверами рынка мороженого.

В сегменте йогуртов планку качества подняла компания Juhauna Food Industries, запустившая линейку греческих йогуртов с различными вкусами и добавлением натуральных фруктов. В рекламной кампании продукта подчеркивались его натуральность и пониженное содержание жира и сахара.



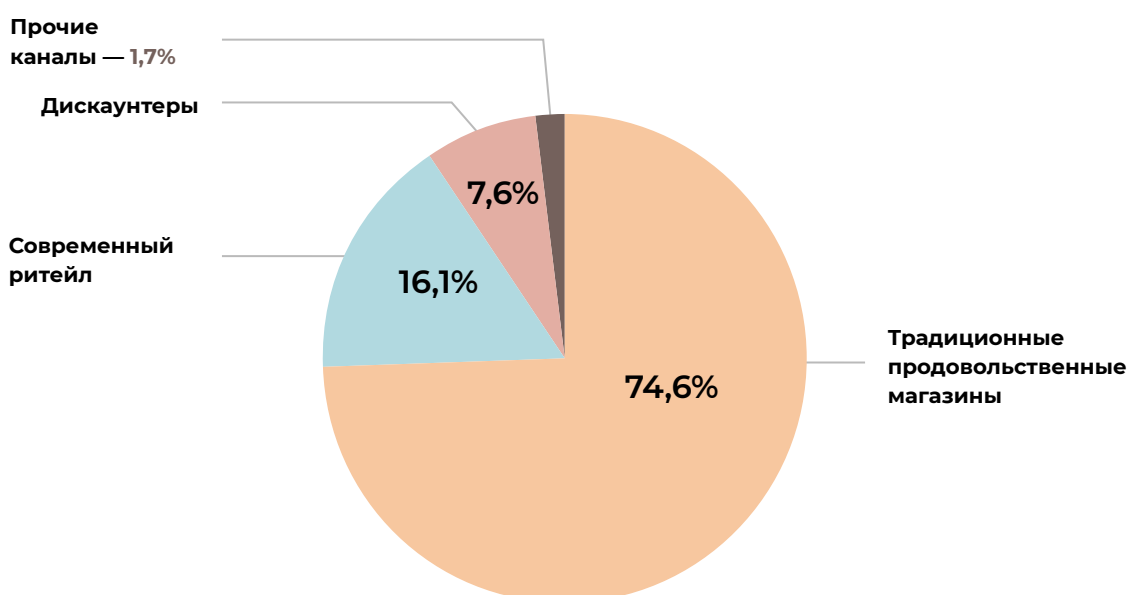
2.3. Торгово-распределительная сеть

Большая часть молочной продукции продается в традиционных продовольственных магазинах, которые имеют широкий охват рынка. Однако доля этого канала на протяжении многих лет постоянно снижается в пользу современных розничных форматов.

Среди форматов современной розницы египетские покупатели предпочитают супермаркеты. В 2020 г. количество супермаркетов в стране выросло на 1,3%, достигнув 712 точек. Гипермаркеты (Carrefour, Spinneys и др.) и дискаунтеры (Kazuou и BIM) несколько отстают в популярности. В 2020 г. было открыто пять гипермаркетов и их общее число выросло до 38. Например, компания HyperOne (Al Hawary), анонсировавшая создание сети Al Solimana в конце 2019 г., запустила первый магазин на трассе Каир-Александрия в июле 2020 г.

В условиях пандемии и как результат развития интернета быстро растет электронная коммерция. Пока она является наименее важным каналом дистрибуции, однако в ближайшие годы ожидается ее быстрый рост. Например, компании Majid Al Futtaim и Jumia объявили о запуске электронного магазина под франшизой Carrefour на сайте Jumia.

Рис. 56. Розничные продажи молочной продукции по каналам, 2020 г., %



Источник: Euromonitor International

Традиционные продовольственные магазины

По состоянию на январь 2019 г. в Египте насчитывалось около 119,6 тыс. традиционных продовольственных магазинов. Большинство из них — семейные предприятия. Обычно они предлагают широкий ассортимент молочной продукции, но могут хранить лишь небольшие ее запасы из-за отсутствия просторных, хорошо оборудованных холодильных зон в торговых залах и складских помещениях. Маркетинговая активность таких магазинов обычно минимальна, они ориентируются на обслуживание живущих рядом постоянных покупателей.

Ассортимент и цены

Традиционные магазины лидируют, наряду с супермаркетами, в продажах сыра, питьевого молока и кисломолочных продуктов. Однако подавляющее большинство таких магазинов продают исключительно продукты местного производства и в них невозможно купить импортное сгущенное молоко, сыр, масло или греческий йогурт.

В ассортименте питьевого молока преобладают популярные марки местного производства, такие как Juhayna, Dina Farms, Healthy, Obour Land и Lactel. Средняя цена ультрапастеризованного молока — 0,96 долл. США за литр.

Средняя цена йогурта местного производства — около 1,48 долл. США за 500 г. Некоторые магазины продают развесное сливочное масло производства местных фермеров или Dina Farms по цене около 0,95 долл. США за 200 г. Мягкий сыр египетского производства под торговыми марками Obour Land, Domty, Cheesa, Panda (Arab Dairy Products) и Halayeb (Katilio Co for Dairy) продается по средней цене 2,65 долл. США за кг.

Современный ритейл

Помимо частных торговых сетей, в Египте работают государственные супермаркеты, которые имеются во всех регионах страны и нацелены на предоставление населению дешевых продуктов, в том числе молочных. Частные сетевые супер- и гипермаркеты все еще имеют низкую долю в продажах, хотя она постепенно увеличивается.

Благодаря удобству, а также регулярным скидкам и промоакциям, современные розничные магазины отвоевывают рынок у традиционных каналов. Современные форматы торговли все больше привлекают потребителей, совершающих ежемесячные или еженедельные поездки за продуктами. Самыми посещаемыми являются супермаркеты, далее по значимости следуют гипермаркеты и дискаунтеры.

Сети супер- и гипермаркетов ориентируются на чувствительных к цене покупателей, запуская ценовые промо-акции и предлагая программы лояльности или скидки за объем. Кроме того, большинство супермаркетов предлагают экономичные услуги доставки.

Ассортимент и цены

Выбор питьевого молока в супермаркетах примерно одинаков. Наиболее распространенными брендами являются Juhayna, Obour Land, Lactel, Healthy, Dina Farms и Lamar. Ультрапастеризованное молоко продается по цене около 1,08 долл. США за литр. Свежее молоко Dina Farms — по цене 1,32 долл. США за литр.

Местные игроки все более активно продвигают молочную продукцию под собственными торговыми марками с целью замещения дорогих международных брендов. Например, Carrefour предлагает сухое молоко под собственным брендом в картонных пачках массой 300 г, которое заметно дешевле, чем Nestlé Nido, Rainbow и Valio (8,42 против 20,24 долл. США за 1 кг).

Импортное сгущенное молоко, например, Vonpu, доступно по цене 5,1 долл. США за 1 кг. Обычно оно продается в металлических банках, вмещающих от 170 до 397 г.

Классический йогурт продается по цене 1,33 долл. США за 500 г. Популярные бренды — Lactel, Danone, Almarai, Nestlé и Juhayna — доступны в упаковках массой 100, 105 и 120 г. Греческий йогурт местного производства стоит 3,15 долл. США за 500 г. Типовая упаковка — 170 и 180 г.

Гипермаркеты играют ключевую роль в продажах сливочного масла благодаря эффективной логистике, наличию современных холодильных систем и широкому ассортименту брендов. Основные импортные бренды, представленные в гипермаркетах, — Lurpak (Дания), Unilac Holland (Нидерланды), Isigny Ste-Mère (Франция) и Anchor (Новая Зеландия). Масло Anchor популярно за свой характерный запах, цвет и высокую точку плавления, его средняя цена — 2,56 долл. США за 200 г.

Сыр в современной рознице продается как на развес, так и в упаковке. Импортные упакованные твердые и мягкие сыры доступны только в некоторых сетях, таких как Carrefour и Metro. Средняя цена европейского мягкого сыра в гипермаркетах — 9,56 долл. США за 1 кг. Местный сыр фета продается в среднем по 2,30 долл. США за 1 кг.



В магазинах встречаются брендовые полки и холодильники от ведущих производителей, к примеру, Nestlé, особенно в сегменте мороженого. Мороженое для домашнего потребления доступно в тубах, пластиковых контейнерах и блоках из нескольких порций. Размер упаковки варьируется от 245 мл до 4 л, средняя цена — 5,25 долл. США за кг. При этом отдельные марки, к примеру, Cadbury Dairy Milk или Nestlé Mega, стоят значительно дороже — около 7,90 долл. США за кг.

Ключевые игроки

- **Carrefour Market** (Majid Al Futtaim Hypermarkets) — активно развивающаяся в Египте сеть, которая в 2020 г. насчитывала 31 супермаркет и 13 гипермаркетов. Менеджмент демонстрирует хорошее знание рынка и предпочтений египетских потребителей. Кроме того, многие египтяне высоко ценят бренд Carrefour, поскольку хорошо знакомы с ним по магазинам в ОАЭ и Саудовской Аравии, где проживает большое количество египетских экспатов. Развитая сеть в регионе обеспечивает надежную цепочку поставок и разнообразие товаров и брендов.
- **Hyper1** (El Hawary) — новая сеть, первый гипермаркет которой был открыт в Аль-Сулеймании на трассе Александрия–Каир в 2020 г. В 2021 г. компания инвестировала 31,9 млн долл. США в строительство гипермаркета площадью более 12 тыс. м² в Бадре.
- **Metro** (Mansour Mfg & Distribution) — сеть, которая в 2020 г. имела 42 торговые точки по всему Египту. После закрытия нескольких магазинов в последние годы, Metro пытается увеличить охват потребителей с помощью электронной торговли через сайт Metro Market. Однако считается, что цены в Metro Market выше, чем на других площадках, а услуги доставки не всегда удовлетворяют потребителей.
- **Lulu Hypermarket** (Lulu Group International) — сеть, имеющая большой опыт работы в арабских странах Ближнего Востока. В начале 2021 г. открыла третий магазин в Египте — в пригороде Каира. До 2024 г. планирует открыть 11 новых гипермаркетов.
- **Spinneys** (Spinneys Egypt) — сеть, которая в 2020 г. управляла 15 магазинами в Египте. В последнее время старается открывать новые точки в небольших городах. Например, в 2019 г. был открыт гипермаркет Mall of Tanta площадью 4,1 тыс. м² в городе Танта, расположенном между Каиром и Александрией.

Дискаунтеры

Египтяне традиционно предпочитают пищевую продукцию (в частности, мороженое и сыр) с длительными сроками хранения. Дискаунтеры удобны для закупок такой продукции. Дополнительным преимуществом является их удобное расположение в жилых районах. В магазинах доминируют недорогие собственные торговые марки, к примеру, в турецкой сети BIM на них приходится до 70% ассортимента.

Дискаунтеры часто проводят ценовые промоакции за групповую упаковку молочной продукции. Например, мультипак из шести литровых бутылок ультрапастеризованного молока *Juħayna* предлагался по 6,05 долл. США (скидка — около 22%). Кроме акций в торговых точках проводятся рекламные кампании в масс-медиа.

Ассортимент и цены

В сегменте питьевого молока преобладает ультрапастеризованная продукция местного производства. Наиболее популярный формат упаковки — литровые картонные коробки или пакеты. Средняя цена ультрапастеризованного молока — 1,09–1,18 долл. США за 1 л. Сливочное масло продается по цене 1,65 долл. США за 200 г. Средняя цена йогурта местного производства — около 2 долл. США за мультипак из 12 стаканчиков по 105 г. Белый сыр наиболее широко представлен в картонных коробках по 400 г. Средняя цена сыра — 1,84 долл. США за 1 кг.

Ключевые игроки

- **Kazyon** (Tawfeer for Food Products) — основанная в 2014 г. быстрорастущая сеть. Ведет агрессивную маркетинговую политику с использованием социальных сетей, телевизионной и наружной рекламы. К 2019–2020 гг. планировала открыть до 1 тыс. торговых точек. Имеет собственную логистическую службу и транспортный парк, что позволяет оптимизировать запасы, доставку и ассортимент.
- **BIM** (BIM Birlesik Magazacilik) — сеть, объединяющая около 300 магазинов по всей стране. Использует бизнес-модель создания небольших магазинов в жилых районах.



2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Основная доля местного производства молочной продукции приходится на питьевое молоко и сыры. Вследствие этого отрасль сильно фрагментирована и состоит из относительно небольшого количества крупных компаний, работающих в различных продуктовых категориях (таких как Juhayna Food Industries и Beyti), а также большого числа мелких игроков.

Многие крупные производители выступают также импортерами, дистрибьюторами и оптовиками, образуя основу цепи поставок молочной продукции в Египет. Современные торговые сети имеют собственные закупочные подразделения, что позволяет им напрямую работать с поставщиками для снижения цен и ускорения импортных процедур. В дополнение к этому в Египте работает большое число средних и мелких агентов и дистрибьюторов, обслуживающих небольшие предприятия.

Производители молочной продукции



Juhayna Food Industries — производитель

Сайт: www.juhayna.com

В 2020 г. была ведущим игроком на розничном рынке питьевого молока и сливок. Компания производит пастеризованное и ультрапастеризованное молоко. Портфель брендов также включает ароматизированное питьевое молоко, йогурты и сливки. В 2015 г. Juhayna Food Industries и Arla Foods создали совместное предприятие ArJu Food Industries для локального производства сыра Arla и дистрибуции других продуктов этого бренда на египетском рынке. В 2020 г., в период локдауна, компания предложила в некоторых районах Каира услугу бесплатной доставки товаров на дом, чтобы потребители не нарушали режим самоизоляции.



Lactalis Halawa — производитель и дистрибьютор

Сайт: www.lactalis-halawa.com/

Lactalis Halawa — совместное французско-египетское предприятие, которое занимается производством и дистрибуцией молочной продукции, в том числе питьевого молока, сыров и детского питания под брендами Teama, President, Greenland, Lactel. В состав группы входят три компании — Best Cheese Company for Dairy Products, Al Nour for Dairy Industries и Best of France for Dairy Products. В 2019 г. Lactalis приобрела египетскую сыроварню Greenland — дочернюю компанию Americana Group.



Beyti — производитель

Сайт: <https://beytiegypt.com/en>

На 52% принадлежит компании Almarai и на 48% — корпорации PepsiCo в рамках совместного предприятия International Dairy and Juice, которое в 2009 г. приобрело компанию Beyti. В Египте производятся и реализуются молоко, сливки и йогурты. Продукция пользуется доверием потребителей.



Obour Land — производитель и дистрибьютор

Сайт: <http://www.obourland.com>

Занимается производством и дистрибуцией питьевого молока и сыров, являясь крупным игроком в категории мягких сыров. Производит широкий ассортимент сыров, включая творожные белые сыры типа фета с разными вкусами, а также плавленые сыры. Ассортимент питьевого молока включает ароматизированное.



Domty (Arabian Food Industries Company) — производитель и дистрибьютор

Сайт: <https://www.domty.org>

Занимается производством и дистрибуцией молочной продукции, хлебобулочных изделий и соков. Крупнейшая компания на египетском рынке сыров представлена в основных сегментах: белые сыры, моцарелла, плавленые сыры.



Danone Egypt — производитель

Сайт: <https://www.danone.com/egypt/aboutus.html>

Дочерняя компания французской Danone — один из ведущих производителей базовых молочных продуктов (Danone Yogurt, Danette, Activia, DanUp и Dango) и детского питания (Vebelac и Aptamil). У Danone Egypt есть завод в городе Обур и вторая по величине молочная ферма мирового уровня в Нубарии.

Производители мороженого

Крупнейшие производители мороженого в Египте — Nestlé Egypt, AMR Ice Cream и IFFCO Egypt.



Nestlé Good food, Good life

Nestlé Egypt — производитель и экспортер

Сайт: <https://bit.ly/3ttUnyD>

Производит в Египте мороженое как для внутреннего потребления, так и на экспорт в страны Ближнего Востока и Северной Африки, включая Иорданию, Ливан, Ливию и Тунис. Также производит мороженое марки Movenpick для экспорта в Малайзию. Помимо мороженого на египетских фабриках производится сухое молоко Nido, сухие супы Maggi, детское питание и кондитерские изделия⁴.

آيس كريم **Wow**

AMR Ice Cream — производитель и дистрибьютор

Сайт: <http://ice-cream-wow.com/>

Производит широкий ассортимент порционного сливочного мороженого и фруктового льда под брендами WOW и Gelato Happiness. Ассортимент включает мороженое с различными вкусами, такими как манго, банан, клубника, чизкейк, шоколад и другие.



IFFCO Egypt — производитель и дистрибьютор

Сайт: <https://clck.ru/qFAAE>

Крупная международная компания с головным офисом в ОАЭ, имеет производственные мощности в Египте. На рынке Египта представлено мороженое брендов Igloo и London Dairy, а также широкий ассортимент масложировой продукции, в том числе под брендом Fern (масло гхи и кулинарное масло с добавлением растительных жиров).

⁴ <https://bit.ly/3O5Zq00>

Производители детского питания



Lacto-Misr — производитель и дистрибьютор

Сайт: <http://lactomisr.com>

Производитель детского питания, пищевых ингредиентов и добавок. Производственная площадка в промышленной зоне Рамадан-Сити имеет площадь 31 тыс. м². Мощность производства составляет 35 млн банок детского питания и 15 тыс. тонн кондитерских порошков для топпингов, шоколадных изделий и кремов. Экспортирует продукцию в страны Ближнего Востока и Африки.

Импортеры и дистрибьюторы



Advanced Global Industries

Сайт: <http://www.agiegypt.com>

Импортирует, переупаковывает и реализует молочную продукцию и ингредиенты. Импортирует продукцию в основном из Европы и Новой Зеландии. Обслуживает как розничный канал, так и сектор пищевой переработки. Поставляет СЦМ, СОМ, смеси сухого обезжиренного молока, сухую молочную сыворотку, сгущенное молоко и обезвоженный молочный жир.



Algaras for Food Ingredients

Сайт: <http://www.bellfoods.com.eg>

Импортирует и реализует пищевые ингредиенты и добавки известных международных брендов. Для некоторых брендов является единственным агентом и авторизованным дистрибьютором в Египте. Поставляет продукцию в молокоперерабатывающую промышленность (например, производителям мороженого и сыров), производителям хлебобулочных изделий и шоколадной продукции. Импортирует СЦМ, СОМ, сухую деминерализованную сыворотку, сывороточный пермеат, казеин, концентрат молочного белка, концентрат сывороточного белка, сливочное масло, обезвоженный молочный жир, сырный порошок и другие виды продукции.



Port Said Modern Trade Development

Сайт: <http://www.soudanco.com>

Импортер и дистрибьютор международных брендов. Имеет филиалы в четырех главных городах Египта и 11 субдистрибьюторов по всей стране. Работает с такими брендами и продуктами, как Asala (сыр Чеддер), Cheesa (сыры Данаблю, Гауда, Эдам), Diafa, Philadelphia и Kraft (плавленые сыры), Emmi (сыры из Швейцарии), Eurodelices (сыры Эмменталь, Камамбер, Бри), Zarpellon (сыры Проволоне, Пекорино Романо, Пармиджано Риджано), а также Kraft's Macaroni & Cheese Dinner.



GMA for Import

Сайт: <http://www.gma-eg.com>

Импортер и дистрибьютор молочной продукции в Египте. Располагает собственным парком грузовых автомобилей, в том числе рефрижераторных, а также несколькими складами на территории страны. Продает продукцию по всему Египту, но фокусируется на туристических регионах, в том числе Шарм-Эль-Шейхе и Хургаде. Обслуживает как традиционную розницу, так и сектор общественного питания. Поставляет сыр (Le Roule, Gerard Selection Camembert, Gerard brie, Gerard blue vein, Tartare, Coeur de Lion, Rambol, Le Truffier, Fol Epi, Creme de Saint Agur, Bresse Bleu, Boffard и др.) и мороженое (Daim, Jacobs, Milka, Oreo и Toblerone).



MGK Import & Export

Сайт: <http://www.mgk-sae.com/>

Главный склад компании расположен в Эль-Убуре, также владеет восемью складами в Аль-Мансуре и двумя в Каире. Поставляет цельномолочную продукцию, СОМ и сыр брендов Fonterra, Arla и DFA, а также сывороточный порошок Lactalis. Кроме этого, импортирует и продает кокосовое масло, какао-порошок, фундук, миндальные орехи, фисташки, изюм и консервированные фрукты.

Стандарты на продукцию





Содержание

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке

3.1. Требования к производителям

Ветеринарный сертификат

Согласно Указанию Россельхознадзора от 16.04.2021 г. № ФС-КС-7/10840, между Россельхознадзором и Генеральной организацией ветеринарной службы Министерства сельского хозяйства Египта согласован [ветеринарный сертификат](#) на экспортируемые из России в Египет переработанное молоко и молочные продукты. Такие сертификаты оформляются органами управления ветеринарией субъектов Российской Федерации на основании результатов лабораторных исследований соответствия предназначенной для экспорта продукции требованиям страны-импортера.

Регистрация экспортера и ввозимой продукции

Министерство промышленности и торговли Египта 31.12.2015 г. издало Указ № 992/2015, согласно которому иностранные экспортеры определенных товаров должны пройти регистрацию в Главной организации по контролю за импортом и экспортом Египта (GOEIC). 16.01.2016 г. вышло Постановление № 43/2016, в соответствии с которым перечисленные в предыдущем указе продукты допускаются на египетский рынок только в случае, если они были заранее зарегистрированы производственным предприятием или владельцем товарного знака. Список продукции, которую необходимо регистрировать, был расширен Указом № 44 от 15.01.2019 г. Под эти ограничения попадает молочная продукция, поставляемая в розничной упаковке размером менее 2 кг (за исключением мороженого).

Постановление № 43/2016 требует, чтобы экспортеры регистрировались в GOEIC перед отгрузкой продукции. Заявку на регистрацию можно подать лично или предварительно направить через сайт [GOEIC](#).

Производители продукции должны предоставить следующие документы:

- свидетельство о правовом статусе и лицензия производителя;
- список продукции и товарных знаков;
- товарный знак продукта и лицензированные товарные знаки;
- сертификат, подтверждающий наличие на предприятии системы контроля качества, который должен быть выдан органом, признанным международными организациями по аккредитации ILAC или IAF.

Владельцы/лицензиаты товарных знаков должны предоставить следующие документы:

- свидетельство о регистрации товарного знака и перечень продукции, которая реализуется под этим знаком;
- сертификат, в котором перечислены дистрибьюторы, имеющие право распространять продукцию с этим товарным знаком;
- сертификат, подтверждающий наличие на предприятии-производителе системы контроля качества, который должен быть выдан органом, признанным ILAC или IAF.

Все представленные документы должны быть заверены торговой палатой по месту выдачи, переведены на арабский язык и нотариально заверены посольством Египта в стране происхождения.

Для молочной продукции не требуется отдельная регистрация в Национальном управлении по безопасности пищевых продуктов Египта. Сертификатами, подтверждающими соответствие продукции техническим стандартам и требованиям Египта, являются выданный Россельхознадзором ветеринарный сертификат, а также сертификат происхождения.

Регистрация импортера

Импорт продуктов питания могут заниматься только зарегистрированные в Египте юридические лица. Импортеры должны проходить лицензирование согласно правилам (Постановление № 6/2020 от 11.08.2020 г.), разработанным Национальным управлением по безопасности пищевых продуктов (NFSA). Заявление на получение лицензии можно подать в NFSA лично или заполнить через электронную систему. Для получения лицензии необходимо предоставить следующие сведения и документы:

- название компании, а также ее представителей или торговых агентов;
- подтверждение прав собственности на товарный знак и его коммерческое название;
- контактные данные;
- выписку из торгового реестра, устав предприятия, налоговую карточку и лицензии;
- таможенный код, присвоенный Министерством финансов;
- информацию о предыдущей деятельности по импорту продуктов питания, осуществлявшейся компанией и/или ее руководством;

- заверенную копию регистрации в реестре импортеров, который ведет Министерство международной торговли и промышленности в соответствии с Законом № 121/1982.

NFSA гарантирует конфиденциальность предоставленных документов и информации. Лицензия выдается в течение 30 рабочих дней с даты подачи документов сроком на три года и в дальнейшем может быть продлена.

NFSA планирует составить «белый список» квалифицированных импортеров пищевых продуктов. Эти компании получают возможность проведения упрощенной таможенной очистки — более быстрой и с выборочным проведением лабораторного контроля образцов продукции.

3.2. Требования к продукции

Технические стандарты

Технические стандарты на молочную продукцию в Египте соответствуют международным нормам. Большая часть требований к молочной продукции представлена в разделах стандарта № 154, а методы контроля — в семействе стандартов № 155.

В настоящее время действуют следующие основные технические стандарты на молочную продукцию:

154-1/2005 Milk and milk products. Part 1: Raw milk	154-1/2005 Молоко и молочные продукты. Часть 1. Сырое молоко
154-2/2017 Milk and its products. Part 2: Cream and prepared creams;	154-2/2017 Молоко и молочные продукты. Часть 2. Сливки и готовые пасты
154-5/2018 Milk and dairy products. Part 5: Natural cows butter	154-5/2018 Молоко и молочные продукты. Часть 5. Сливочное масло
154-7/2016 Milk and dairy products. Part 7: Cow's milk fat products	154-7/2016 Молоко и молочные продукты. Часть 7. Жиры из коровьего молока
155-1/2005 Physical and chemical methods for testing milk and milk products. Part 1: Methods of sample preparation for analysis	155-1/2005 Физические и химические методы исследования молока и молочных продуктов. Часть 1. Методы подготовки образцов для анализа
155-2/2008 Physical and chemical methods for testing milk and milk products. Part 2: Milk – Determination of fat content — Gravimetric method	155-2/2008 Физические и химические методы исследо- вания молока и молочных продуктов. Часть 2. Молоко: Определение содержания жира. Гравиметрический метод анализа

155-7/2006 Physical and chemical methods for testing milk and milk products. Part 7: Determination of peroxide value in milk fat	155-7/2006 Физические и химические методы исследования молока и молочных продуктов. Часть 7. Определение перекисного числа в молочном жире
155-9/2008 Physical and chemical methods for testing milk and milk products. Part 9: Detection of food additives in raw milk	155-9/2008 Физические и химические методы исследования молока и молочных продуктов. Часть 9. Обнаружение пищевых добавок в сыром молоке
774/2006 Milk and liquid milk products – Density hydrometers for use in products with a surface tension of approximately 45 mN/m	774/2006 Молоко и жидкие молочные продукты. Ареометры для продуктов с поверхностным натяжением приблизительно 45 мН/м
947/2007 Milk cans of capacity 10 litre and more	947/2007 Молочные фляги объемом 10 и более литров
1185-1/2005 Milk and water ice (ice-cream). Part 1: Milk ice	1185-1/2005 Молочное мороженое и пищевой/фруктовый лед. Часть 1. Молочное мороженое
1267/2010 Milk and milk products guidance on sampling	1267/2010 Руководство по отбору проб молока и молочных продуктов

Актуальные версии технических стандартов представлены на сайте местного регулятора — [Egyptian Organization for Standards & Quality](http://www.egypstandards.gov.eg/).

Требования к сроку годности

Указ министра торговли и промышленности № 859 от 2012 г. внес дополнение в «Исполнительное постановление о применении Закона об импорте и экспорте» № 118, которое касается срока годности продовольственных товаров (за исключением зерна и масличных культур). Остаточный срок годности продуктов для потребления человеком отсчитывается с момента прибытия груза в порт и выдачи сертификата таможенной очистки. В частности, должны соблюдаться следующие условия:

- продукты с общим сроком годности шесть месяцев или более должны прибывать в порт с остаточным сроком годности не менее трех месяцев;
- продукты со сроком годности более трех и менее шести месяцев должны прибывать в порт с остаточным сроком годности не менее одного месяца;

- продукты со сроком годности от 16 дней до трех месяцев должны прибывать в порт с остаточным сроком годности не менее одной недели;
- продукты со сроком годности 15 дней должны прибывать в порт с остаточным сроком годности не менее трех дней.

Регулирование в области пищевых добавок

В сентябре 2020 г. NFSA приняло Постановление № 4/2020 относительно пищевых добавок, включая консерванты, ароматизаторы и красители, которые допустимо использовать в пищевой промышленности. Указанные нормы основаны на рекомендациях Codex Alimentarius (Кодекс Алиментариус), причем список пищевых добавок и их допустимые концентрации подлежат пересмотру и обновлению в соответствии с изменениями международных стандартов.

Если пищевая добавка отсутствует в перечне, относительно нее целесообразно проконсультироваться в NFSA.

Регулирование в области MRL для пестицидов и загрязняющих веществ

Законодательство Египта в области регулирования MRL пестицидов и других загрязняющих веществ ориентировано на международные стандарты. В частности, статья 29 Постановления Министерства сельского хозяйства и мелиорации № 974/2017 устанавливает максимальные пределы остатков загрязнителей в продукции в соответствии с контрольными уровнями Codex Alimentarius, стандартов ЕС и США (в порядке убывания приоритета). Например, нормы для афлатоксинов основываются на указаниях [Регламента комиссии ЕС 1881/2006](#). В случае, если для загрязнителя не установлена величина MRL, ее допускается определять на основе нормы для наиболее сходного вещества.

В части афлатоксинов Египет ориентируется на установленные в ЕС нормы — [European Commission Regulation 1881 \(2006\) "Setting Maximum Levels for Certain Contaminants in Foodstuffs"](#).

Нормы MRL для ветеринарных препаратов в пищевых продуктах регулируются национальным стандартом [Maximum residue limits of veterinary medical products in foodstuffs of animal origin](#), который основан на аналогичном стандарте ЕС — [Council Regulation \(EEC\) №2377/90](#).

Требования к микробиологическим загрязнениям в молочной продукции представлены в технических стандартах на продукцию (см. «Технические стандарты»).

Добровольная сертификация продукции

Сертификация «Халяль»

На данный момент сертификация «Халяль» для молочной продукции в Египте не обязательна, однако с 1 октября 2022 г. она будет обязательной. В случае использования на упаковке знака Halal и/или других заявлений о халяльности, необходимо подтверждение соответствия продукта принятым требованиям — наличие сертификата от IS EG HALAL или признанной ею иностранной организации.

Согласно Постановлению правительства № 35/2020, в 2020 г. в Египте была создана организация [IS EG HALAL](#), которая отвечает за сертификацию и выдачу сертификатов «Халяль», в том числе для импортной продукции.

Сертификация Organic

В соответствии с Постановлением министра торговли и промышленности № 993/2010 об организации контроля качества органических продуктов, все компании, декларирующие принадлежность своей продукции к органической, должны принимать во внимание правила и процедуры Египта, а также выполнять следующие требования:

- получить регистрацию в Egyptian Organization for Standards & Quality ([EOS](#));
- предоставить подтверждающую документацию, в т.ч. международно признанный сертификат аккредитации производства на соответствие требованиям Organic.

Компании не имеют права указывать название «Органический продукт» или «Био-продукт» или любое другое подобное словосочетание на каком-либо продукте до регистрации в EOS.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Все предварительно упакованные продукты питания и напитки должны иметь маркировку, соответствующую требованиям египетских и международных стандартов. Ключевым регулирующим документом в области маркировки является стандарт Египта № 1546/2011.

К маркировке предъявляются общие требования:

- информация должна быть переведена на арабский язык;
- маркировка должна быть нанесена на упаковку или несъемную этикетку;

- маркировка не может содержать несколько разных дат изготовления или истечения срока годности. Например, недопустимо отличие даты на внутренней и внешней упаковках, а также в маркировке на разных языках;
- маркировка наносится таким образом, чтобы ее нельзя было незаметно стереть или изменить.

Маркировка молочных продуктов должна содержать следующую информацию:

- название и адрес производителя;
- бренд или товарный знак (если используется);
- страну происхождения;
- тип и сорт продукта (если применимо);
- название и адрес импортера;
- срок изготовления и дату истечения срока годности;
- перечень ингредиентов;
- инструкцию по хранению (температура указывается в градусах Цельсия);
- вес нетто;
- вес брутто и общее количество индивидуальных упаковок, если продукт реализуется в групповой упаковке;
- процентное содержание каждого консерванта, если продукт их содержит.

В отношении маркировки пищевой ценности действуют следующие правила:

- информация об энергетической ценности выражается в килокалориях или килоджоулях на 100 г или 100 мл, либо на указанное количество продукта питания, рекомендованное для потребления;
- информация о количестве белков, углеводов и жиров должна быть выражена в граммах на 100 г или 100 мл, либо на указанное количество продукта питания, рекомендованное для потребления;
- помимо цифрового обозначения пищевой ценности можно использовать дополнительные средства представления;
- информация о количестве незаменимых и заменимых аминокислот и жирных кислот может быть выражена в метрических единицах;

Стандарты на продукцию

- информация о количестве витаминов и основных минералов должна быть выражена в метрических единицах на 100 г или 100 мл, либо на указанное количество продукта питания, рекомендованное для потребления;
- количество питательных веществ может быть выражено в процентах от признанных профильными международными организациями рекомендованных суточных норм;
- если необходимо, должна быть предоставлена информация об осмоляльности, осмолярности или кислотно-щелочном балансе продукта;
- в маркировке должна быть отражена природа белков и их гидролизатов (животного или растительного происхождения).

Актуальные требования к маркировке представлены на сайте [NFSA](http://NFSA.gov.au).



Барьеры входа на рынок



4

Содержание



4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Новый таможенный закон Египта № 207 от 2020 г. существенно изменил правила и процедуры как «Закона о таможне» № 66 от 1963 г., так и «Закона о таможенных льготах» № 186 от 1986 г. Ключевым новшеством стало требование, чтобы импортер или его агент (таможенный брокер) для каждой партии товара до ее отправки в страну должен заранее предоставить в таможенный орган документы о поставке через электронный портал для получения номера таможенной регистрации — ACID. Этот регистрационный номер сообщается грузоотправителю и должен использоваться во всех товаросопроводительных документах. Данное требование распространяется на все виды импортируемых товаров.

Регистрация груза в системе «одного окна»

Министерство финансов Египта издало Постановление № 38/2021 о регистрации товаров перед отгрузкой в системе «одного окна» — [Nafeza](#). Систему Nafeza администрирует компания [Misr Technology Services \(MTS\)](#).

Новая система направлена на модернизацию и автоматизацию таможенного администрирования, упрощение процедур и сокращение времени таможенной очистки. Товаросопроводительная документация для египетских властей должна быть подана через систему Nafeza не позднее чем за 48 часов до отправки груза. Импортеры должны предоставить всю необходимую транспортную документацию и данные о транзакциях (таможенных пошлинах, импортном контроле и т.д.) через электронный портал.

В системе Nafeza к проверке товаров применяется подход, основанный на «оценке риска». Например, если грузу предоставляется «зеленый коридор», то производится его ускоренная очистка без обязательного отбора проб и проверки партии. Тем не менее такие грузы будут подвергаться выборочным аудитам. Также ведется работа по согласованию портовых сборов и других платежей в портах страны.

Пилотная фаза системы Nafeza запущена 1 апреля 2021 г. в порту Александрии, а с 1 октября 2021 г. предполагалось сделать эту систему обязательной. Планируется ее внедрение сначала во всех морских портах, затем в аэропортах и внутренних портах.

Регистрация груза выполняется египетским импортером на [электронном портале системы](#). В случае успешного представления необходимой документации ему выдается уникальный идентификационный номер ACID. Такой номер должен запрашиваться импортером или таможенным брокером для каждой партии товара.

Процесс регистрации груза состоит из следующих шагов:

- импортер подает в систему Nafeza данные о поставке и грузе;
- в течение 48 часов таможенный орган выдает идентификационный номер ACID и направляет соответствующие уведомления импортеру и экспортеру;
- экспортер в электронном виде отправляет товаросопроводительную документацию и все необходимые сведения, указывая номер ACID во всех документах;
- импортер удостоверяет и подтверждает правильность данных, отправленных экспортером;
- груз отправляется из страны-экспортера;
- импортер оплачивает налоги и сборы на импорт;
- груз прибывает в египетский порт, где осуществляется его проверка;
- египетская таможня оформляет груз.

На начальном этапе функционирования системы экспортерам рекомендуется тесно сотрудничать со своими партнерами в Египте, чтобы гарантировать соответствие партий товаров и документации новым требованиям.

Требования к сопроводительным документам

Для того, чтобы груз был принят египетской таможней, должны быть предоставлены следующие документы:

- коммерческий счет-фактура (оригинал и две копии, заверенные в консульстве Египта в стране происхождения продукта);
- сертификат происхождения (оригинал и две копии) с указанием места производства импортируемого продукта, выданный центральными или местными компетентными органами страны-экспортера, например, торговой палатой в той же юрисдикции, что и производственное предприятие. Если продукт упаковывается или перерабатывается в одной стране, но происходит из другой, в сертификате происхождения должна быть указана информация об исходной стране. Сертификат должен быть заверен в консульстве Египта и содержать заявление, что «предоставленная информация верна настолько, насколько это известно грузоотправителю»;
- упаковочный лист;
- коносамент с указанием грузоотправителя, его адреса и количества выданных коносаментов;

- счет-фактура, который необходим импортеру для представления вместе с лицензией на импорт. В документе должна быть указана страна производства товара;
- аккредитив (если используется в расчетах). Центральный банк Египта требует, чтобы аккредитивы были покрыты импортером на 100% наличными, за исключением расчетов за некоторые продукты питания;
- ветеринарный сертификат (в т.ч. требуется для импорта молочной продукции);
- страховые документы.

Лабораторный контроль

Текущие правила импорта требуют, чтобы каждая поставка молочной продукции подвергалась лабораторной проверке независимо от истории соответствия продукта, страны происхождения, экспортера, отправителя или импортера. Импортируемые продукты проверяются на соответствие египетским нормам или, если не существует местного стандарта, нормам международных стандартов, которые признает Египет (ISO, IEC, Codex Alimentarius).

Образцы для контроля отбираются случайным образом в процессе разгрузки в порту представителем Комитета физического осмотра продукции. Из каждой партии отбирают один репрезентативный образец для проверок и испытаний инспекционными органами. Исследования могут проводиться тремя разными лабораториями. Продукты с разными датами производства считаются разными товарами, поэтому образцы должны быть взяты из каждой партии с различающимися датами выпуска и сроками годности. На каждую такую партию оформляется особый сертификат выпуска.

При отборе проб важно избежать их загрязнения. Комитет физического осмотра продукции должен обеспечить целостность образцов, пока они транспортируются в лабораторию для анализа.

В соответствии с Постановлением Министерства здравоохранения № 232/1996, при отборе и исследовании образцов продукции должны соблюдаться следующие правила:

- образцы следует разделить по размерам партий и типу продукции;
- образцы следует распределить между несколькими лабораториями, чтобы обеспечить достоверность и репрезентативность результатов;
- информация на этикетке должна соответствовать результатам лабораторных исследований, указанным в «форме анализа пробы»;
- если партия поступила из нескольких разных источников, то каждая группа товаров должна иметь индивидуальный номер.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Египтом, поэтому к российскому экспорту применяется ставка РНБ на условиях ВТО. В настоящее время проходят переговоры по заключению ССТ между Египтом и ЕАЭС⁵.

Ставки ввозных таможенных пошлин Египта довольно низкие для большинства видов российской молочной продукции (0–5%), за исключением продукции кодов ТН ВЭД 040291 и 040299 (16,67%); ТН ВЭД 040610, 040620, 040630, 040640 (10%) и ТН ВЭД 2105 (45%).

Основные экспортеры поставляют молочную продукцию в Египет на следующих условиях: страны ЕС — по льготным ставкам ввозных таможенных пошлин в рамках ССТ, другие крупные игроки, такие как США и Новая Зеландия, — по ставке РНБ.

Табл. 23. Ставки ввозных таможенных пошлин Египта в отношении молочной продукции

Код ТН ВЭД	Наименование	РНБ, %	ЕС, %
0401: Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ			
040110	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира не более 1 мас.%	5	5
040120	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 1 мас.%, но не более 6 мас.%	5	5
040140	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 6 мас.%, но не более 10 мас.%	5	0
040150	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 10 мас.%	5	0

⁵ <https://clck.ru/agvDY>

Продолжение табл. 23.

Код ТН ВЭД	Наименование	РНБ, %	ЕС, %
0402: Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ			
040210	Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ в порошке, гранулах или других твердых формах, с содержанием жира не более 1,5 мас.%	0	0
040221	Молоко и сливки сгущенные с содержанием жира более 1,5 мас.%, в порошке, гранулах или других твердых формах, без добавления сахара или других подслащивающих веществ	6	0
040291	Молоко и сливки, сгущенные без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с прочей жирностью	16,67	0
040299	Прочее молоко и сливки сгущенные с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	16,67	0
0403: Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и прочие ферментированные или сквашенные молоко и сливки, сгущенные или несгущенные, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ, со вкусоароматическими добавками или без			
040310	Йогурт	5	0
040390	Прочая молочная продукция неароматизированная или ароматизированная, с сахаром или без добавления сахара, с добавлением фруктов или без добавления фруктов, орехов или какао	5	0
0404: Молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ; продукты из натуральных компонентов молока, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ, в другом месте не поименованные или не включенные			
040410	Сыворотка молочная, видоизмененная молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	0	0
040490	Прочие молочные продукты с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	3,5	0

Продолжение табл. 23.

Код ТН ВЭД	Наименование	РНБ, %	ЕС, %
0405: Сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты			
040510	Сливочное масло	2,5	0
040520	Молочные пасты	2,5	0
040590	Прочие молочные жиры	2,5	0
0406: Сыры и творог			
040610	Сыры молодые (недозрелые или невыдержанные), включая сывороточно-альбуминовые сыры, и творог	10	1,25
040620	Тертые сыры или сыры в порошке всех сортов	10	0
040630	Плавленые сыры, нетертые и не в порошке	10	0
040640	Голубые сыры	10	0
040690	Прочие сыры	2,50	0
2105: Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао			
210500	Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао	45	0

Источник: [ITC Market Access Map](#)

Нетарифные барьеры

Несмотря на то, что импортные пошлины на большинство сельскохозяйственных продуктов остаются минимальными (за исключением алкоголя и табака), в Египте отмечается высокий уровень нетарифных барьеров.

Административные барьеры

Затраты времени и стоимость оформления необходимых для прохождения таможенной документации могут рассматриваться как барьер для входа на рынок.

В 2020 г. в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка Египет занимал 171-е место среди 190 стран по международной торговле, в основном из-за высокой стоимости и длительности пограничного/таможенного контроля и оформления документов для ввоза товаров. Кроме того, административные правила и процедуры в отношении импорта иногда меняются внезапно, без предварительного уведомления заинтересованных сторон и торговых партнеров, что создает неожиданные барьеры для входа на рынок. Все необходимые для импорта документы должны быть переведены на арабский язык и нотариально заверены в консульском отделе посольства Египта.

Табл. 24. Сроки и стоимость оформления импорта в Египет

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	240	554
Оформление документов	265	1 000

Источник: Всемирный банк ([Doing Business 2020](#))

Главная организация по контролю за экспортом и импортом Египта (GOEIC) требует, чтобы все производители, владельцы товарных знаков и дистрибьюторы регистрировали регулируемые продукты для экспорта в Египет⁶. К регулируемым продуктам относится и молочная продукция, для которой действуют особые условия регулирования и лицензирования. Импортируемая продукция также должна сопровождаться сертификатом проверки, подтверждающим соответствие продукции египетским стандартам. Данный сертификат выдается инспекционной компанией, утвержденной GOEIC. Проверка должна производиться перед отправкой каждой партии груза.

Технические регламенты и СФС-меры

В Египте действует сложная система СФС-мер и стандартов качества в отношении импортных пищевых продуктов. Процедуры проверки и испытания образцов продукции зачастую непрозрачны. Такие меры не всегда соответствуют обязательствам страны в рамках ВТО и порой принимаются в ответ на политическое давление или конкретные инциденты, связанные с продукцией⁷. Ограничения технического характера могут вводиться неожиданно, без предварительных консультаций с заинтересованными сторонами и торговыми партнерами, что осложняет планирование поставок в Египет.

⁶ <https://clck.ru/agvDY>

⁷ [Обзор устойчивого развития экономики Египта](#)

Организация экспортных поставок



5

Содержание

5.1.

Логистика

5.2.

Формы присутствия на рынке

5.3.

Защита интеллектуальной
собственности



5.1. Логистика

Рис. 57. Доставка молочной продукции из России в Египет



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Национального союза производителей молока (Союзмолоко) ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Наиболее эффективный путь доставки партии груза из России в Египет — морская перевозка. Авиаперевозки целесообразны только для мелких партий, причем организация поддержания требуемого для скоропортящихся продуктов температурного режима сопряжена с дополнительными трудностями и затратами.

Авиаперевозка

Ввиду значительной удаленности России и Египта друг от друга, авиаперевозки — единственный способ доставки груза с небольшим сроком реализации. Воздушное сообщение с Египтом осуществляется через международные аэропорты Каира, Шарм-эш-Шейха, Хургады, Луксора и Александрии.

Для авиаперевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. Поскольку приобретенный контейнер проблематично вернуть или продать, обычно он считается невозвратной тарой, затраты на которую включаются в стоимость продукции. При воздушной перевозке подключение контейнера к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны отдельно оговариваться с перевозчиком.

Автомобильная / железнодорожная перевозка в порт отправления

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- через склад накопления;
- напрямую от производителя.

Перевозка до склада и промежуточное хранение на складе накопления

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на паллетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, в случае дальнейшей отгрузки товара в контейнерах оптимально, чтобы три фуры перегружались в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковый по нагрузке на склады сезон (с октября по март) срок выгрузки может достигать до 2 суток.

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

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.

Склад для накопления экспортной молочной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта молочной продукции в Египет и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно [по ссылке](#). Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов:

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

Со складом накопления можно работать как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортеру необходимо иметь своего представителя на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать следующее:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта молочной продукции в Египет;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- наличие резервных мощностей на случай аварийных ситуаций.

Перевозка напрямую от производителя в порт отправления

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах автомобильным или железнодорожным транспортом, а также в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора — около 19 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесных контейнеров.

Вместимость одного 40-футового рефконтейнера — до 28 тонн нетто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. Для доставки контейнера по территории России можно использовать либо автомобиль с разрешением на провозку груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Также возможна доставка железнодорожным транспортом. Коробки размещаются в контейнере без паллет.

Рефконтейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта. Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для питания холодильной установки и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °C и ниже использование дизель-генератора желательно, но необязательно, т.к. рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого времени достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к электрической сети.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют термологгеры — электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима). В случае, если термологгер зафиксировал нарушение температурного режима транспортировки, получатель может отказаться от приемки товара.

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по нулевой ставке.

Морская перевозка

Основной порт Египта для доставки рефрижераторных грузов — Александрия (Alexandria). Из порта Санкт-Петербурга регулярные судозаходы в Александрию осуществляют следующие морские линии:

- [MSC](#);
- [CMA-CGM](#);
- [Hapag Lloyd](#);
- [Evergreen](#).

Из порта Новороссийска:

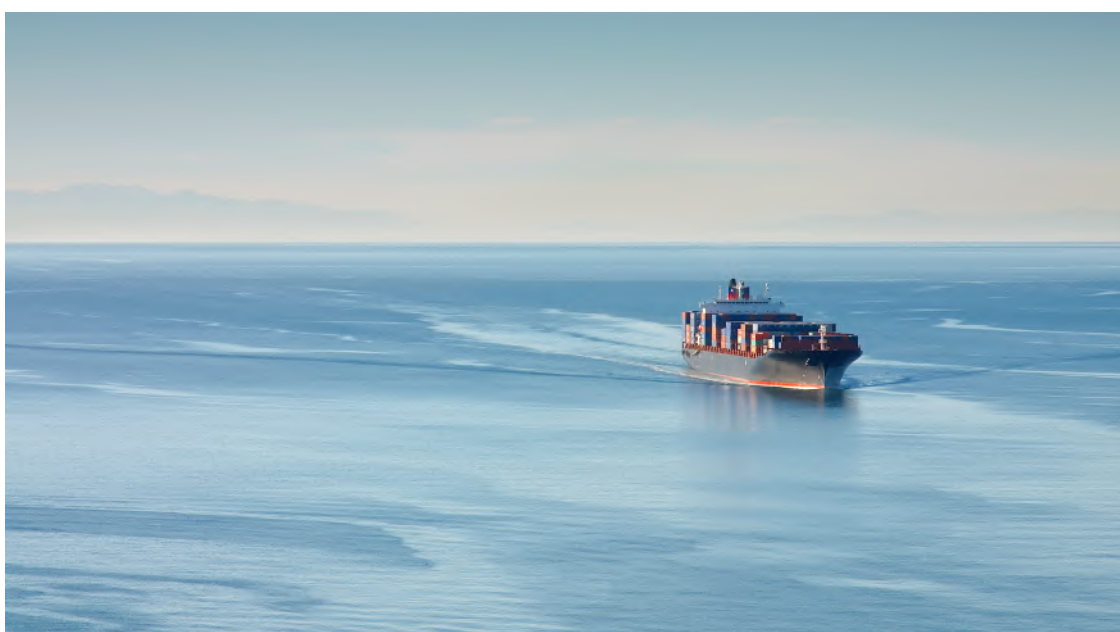
- [MSC](#);
- [ZIM](#);
- [Hapag Lloyd](#).

Из порта Владивостока:

- [CMA-CGM](#);
- [MSC](#).

Транзитное время морской доставки зависит от выбранных маршрута, линии, портов погрузки и назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям.

В последние годы количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты России, существенно сократилось. Поэтому возможен недостаток порожних контейнеров для экспорта в периоды пиковой активности рынка, что в свою очередь влияет на уровень ставок фрахта.



Стоимость и сроки доставки

Ориентировочная стоимость морской доставки одного 40-футового рефконтейнера с грузом молочной продукции весом 27 тонн из Центральной России (Белгород) до Александрии через порт Санкт-Петербурга в феврале 2022 г. составляла 6 500 долл. США, т.е. примерно 0,24 долл. США за килограмм продукции при указанной загрузке. В ставку, рассчитанную по курсу ЦБ РФ на 1 февраля 2022 г. с учетом действующих тарифов, включены:

- наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто;
- фрахт;
- использование дизель-генератора;
- ветеринарное и таможенное оформление;
- внутрипортовое экспедирование;
- взвешивание контейнера.

Общее транзитное время составляет около 35–40 дней.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании Постановления Правительства №1104 от 15 сентября 2017 г. с изменениями и дополнениями, экспортеры имеют право на возмещение 25% затрат, понесенных при транспортировке продукции АПК на зарубежные рынки, посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе II «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Сопровождение груза при пересечении границы

Таможня

Таможенное оформление экспорта молочной продукции 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;
- экспортный ветеринарный сертификат формы № 5d;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

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

Ветеринария

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в разделах 3 «Стандарты на продукцию» и 4.1. «Особенности таможенных процедур». Ветеринарной сертификации не подлежат мороженое, выработанное на плодово-ягодной основе; фруктовый и пищевой лед и т.д.

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании-экспортеры молочной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта. Основанием служат следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории России.

Логистические риски

Продажа товара на условиях Incoterms не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента она имеет право взыскать соответствующие суммы с грузоотправителя.

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 риску 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.

Нередко возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Наиболее частыми претензиями являются нарушение температурного режима, несоответствие маркировки и/или ненадлежащий внешний вид продукции, пересортица. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. Поэтому рекомендуется обеспечить присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Основные сюрвейерские компании, работающие с продукцией на экспорт:

- [SGS](#);
- [TOP FRAME](#);
- [IPC HORMANN](#).

5.2. Формы присутствия на рынке

Египет является одной из крупнейших стран Африки и занимает стратегическое место в системе международной торговли благодаря Суэцкому каналу, соединяющему Средиземное и Красное море. Египетское законодательство последних лет направлено на улучшение делового климата и привлечение прямых иностранных инвестиций. [Закон об инвестициях](#) предусматривает дополнительные права и гарантии при реализации инвестиционной деятельности, наряду с мерами по стимулированию новых проектов. Кроме того, Центр поддержки инвесторов ([Investors Services Center](#)), работающий в системе «единого окна», обеспечивает благоприятные условия для инвесторов. Регулированием инвестиционной деятельности занимается Главное управление по свободным зонам и инвестициям ([GAFI](#)).

В отношении компаний с лицензией на импорт действует правило о том, что 51% акций (долей) уставного капитала должно принадлежать гражданам Египта. Полное иностранное владение (без требования к обязательному наличию египетского инвестора) допускается, в частности, в юрисдикции экономической зоны Суэцкого канала⁸.

Согласно [Закону об особых экономических зонах](#) статус резидента дает преимущества в виде экономической независимости, сокращения бюрократических процедур, снижения ставок налогообложения (в среднем на 10%) и гибкого административного регулирования. Более подробная информация представлена в Приложении №1.

Особенности бизнеса в Египте

Египет привлекает иностранных инвесторов низкой стоимостью ведения бизнеса, растущим рынком и господдержкой приоритетных отраслей, в том числе сельского хозяйства и пищевой промышленности.

Существует ряд законов, регулирующих ведение бизнеса в Египте⁹:

- Закон № 17/1999 «О коммерции»;
- Закон № 159/1981 г. «О компаниях»;
- Закон № 72/2017 «Об инвестициях»;
- Закон № 34/1976 «О государственной регистрации юридических лиц».

Законами «О компаниях» и «О коммерции» предусмотрены несколько правовых форм бизнеса для планирования или выхода на рынок иностранных инвесторов.

Преинвестиционная подготовка

Зарубежные фирмы имеют право открыть представительство в Египте в целях подготовки к выходу на рынок и изучения его конъюнктуры, а также продвижения товаров и услуг. Представительство также может осуществлять контроль над дистрибуцией и сбытом. При этом запрещается самостоятельная коммерческая или посредническая деятельность.

⁸ Инвестиционный климат Египта / [2021 Investment Climate Statements: Egypt](#)

⁹ См. подробнее Приложение №2.

Прямые инвестиции

Зарубежные инвесторы могут вести коммерческую деятельность на египетском рынке через открытие филиала или компании.

Филиал открывается на основании контракта по выполнению работ. Иностранная компания назначает местного менеджера (нет требований к резидентности) и регистрирует филиал в GAFI.

Для открытия компании инвесторы чаще всего выбирают общество с ограниченной ответственностью (ООО) и акционерное общество (АО). АО может полностью контролироваться иностранными учредителями. Для ООО также разрешается 100% владение компанией иностранными гражданами, при условии наличия египетского гражданства хотя бы у одного из управляющих директоров.

Табл. 25. Формы организации иностранного бизнеса в Египте

Форма бизнеса	Количество участников	Минимальный уставной капитал	Материальная ответственность
Общество с ограниченной ответственностью	2–50	Нет ограничений по минимальному уставному капиталу; выпущенные акции полностью оплачиваются при регистрации	Ответственность участников ограничивается размером вклада в уставной капитал
Закрытое акционерное общество	Не менее 3	250 тыс. фунтов (примерно 14 тыс. долл. США); оплачивается 10% акционерного капитала	Ответственность участников ограничивается размером вклада в уставной капитал
Единоличное предприятие	1 юрлицо или физлицо	Нет требований к минимальному уставному капиталу	Ответственность в пределах вложенных средств

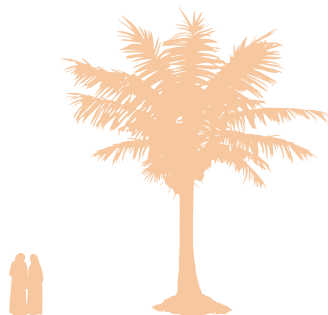
Примечание. Ставка корпоративного налога составляет 22,5%. Ставка НДС — 14%.



Регистрация бизнеса в Египте

По оценке Всемирного банка¹⁰, открытие компании занимает 12 дней и состоит из 5 процедур.

- 1) Подача документов, оплата госпошлины, получение свидетельства о регистрации и карточки налогоплательщика. GAFI предлагает сервис «единого окна» с премиальной опцией быстрой регистрации за 1–2 дня. В общем порядке регистрационные документы оформляются через юристов за 2–3 дня. Необходимо предоставить:
 - оригинал справки об отсутствии судимости;
 - доверенности от всех учредителей (минимум двух) для общества с ограниченной ответственностью;
 - копии действительных удостоверений личности учредителей/партнеров;
 - оригинал свидетельства о внесении аудитора компании в государственный реестр бухгалтеров и аудиторов;
 - заявку на регистрацию в GAFI;
 - устав с печатью.
- 2) Нотариальное заверение устава организации.
- 3) Регистрация всех сотрудников в Национальной службе социального страхования (National Authority for Social Insurance).
- 4) Регистрация для уплаты НДС в [Налоговой службе](#) (при годовом обороте свыше 500 тыс. египетских фунтов или 27 тыс. долл. США).
- 5) Закупка и заверение у нотариуса журнала учета протоколов и книги бухгалтерского учета.



¹⁰ См. [Doing Business 2020 — Egypt](#)

Агенты и дистрибьюторы

Зарубежные производители могут также заниматься организацией торговой сети и продвижением своих товаров через местных агентов или дистрибьюторов.

Торговый агент действует на основании агентского договора. Агент вправе заключать договоры или вступать в иные сделки, использовать товарные знаки, принимать рекламации и представлять интересы иностранной компании. Все торговые агенты должны быть внесены в реестр Генеральной организации по контролю за экспортом и импортом ([GOEIC](#)).

Подробные требования к местным компаниям, выступающим в качестве импортеров, приведены в законах «О торговых агентах и посредниках» и «О коммерции». Для ввоза товаров или продукции из-за рубежа требуется лицензия на импорт, которая выдается исключительно гражданам или компаниям Египта. Торговый агент обычно сам владеет лицензией на импорт и занимается как маркетингом, так и импортом.

Дистрибьютор, в отличие от торгового агента, занимается сбытом и дистрибуцией продукции на внутреннем рынке от своего имени и за свой счет. К дистрибьюторским соглашениям в основном применяются положения законов, которые регулируют деятельность торговых агентов. Соответственно, иностранный производитель может назначить в Египте дистрибьютора, который будет у него совершать закупки (с лицензией на импорт¹¹), оплачивать продукцию и перепродавать ее за свой счет.

В качестве альтернативы иностранный производитель может назначить и агента, и дистрибьютора, что является обычной практикой. Агент будет отвечать за маркетинг и импорт, а дистрибьютор(ы) — покупать продукцию у агента и перепродавать ее за свой счет на локальном рынке.

5.3. Защита интеллектуальной собственности

Практика защиты интеллектуальной собственности в Египте соответствует международным стандартам и предусматривает средства правовой защиты в случае нарушений. Страна присоединилась к Всемирной организации интеллектуальной собственности ([ВОИС](#)), подписала [Парижскую конвенцию](#) по охране промышленной собственности и стала участником Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности ([ТРИПС](#)).

¹¹ Регистрация импортеров на сайте [GOEIC](#)

На национальном уровне основным источником правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности является [Закон №82/2002 «О защите интеллектуальной собственности»](#), который предоставляет режим охраны товарным знакам, промышленным образцам, патентам, интегральным схемам и прочим объектам интеллектуальной собственности. При этом правовая охрана распространяется не только на зарегистрированные, но и на незарегистрированные товарные знаки по правилам защиты от недобросовестной конкуренции на рынке.

Табл. 26. Охрана объектов интеллектуальной собственности в Египте

Объект интеллектуальной собственности и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
Патент Закон № 82/2002	20 лет с даты подачи заявки	Договор о патентной кооперации
Товарный знак Закон № 82/2002	10 лет (с продлением на 10 лет)	Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков
Авторское право Закон № 82/2002	В течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти	Бернская конвенция, Римская конвенция
Промышленный образец Закон № 82/2002	10 лет (с продлением на 5 лет)	Гаагское соглашение о международном депонировании промышленных образцов

Регистрация товарного знака в Египте

Египет относится к числу участников Мадридского соглашения, поэтому в стране действует две системы регистрации товарных знаков: национальная и международная. В первом случае, для защиты товарных знаков российские экспортеры могут их регистрировать в Службе по товарным знакам и промышленным образцам (Trademarks and Industrial Designs Office) при Министерстве торговли и промышленности Египта ([MTI](#)). При регистрации¹² действует следующий принцип: правообладателем становится тот, кто первым подал заявку. Поэтому рекомендуется предварительно провести самостоятельный поиск наличия зарегистрированных аналогов по базе [ВОИС](#).

¹² Подробнее о правилах регистрации товарного знака см. [на сайте](#)

Во втором случае международная регистрация действует на территории всех стран-участниц, указанных в заявке. Заявка заполняется на английском, французском или испанском языке ([образец заявки](#)). Международная экспертиза несколько строже, чем национальная. Статус заявки отслеживают по базе [Global Brand Database](#). Стоимость международной регистрации складывается из пошлины мадридской системы (рассчитывается по [калькулятору ВОИС](#) и [пошлины Роспатента](#) за обработку международной заявки).

Вместе с тем национальное ведомство по товарным знакам, хорошо зарекомендовавшее себя в Египте, применяет довольно консервативные правила на этапе экспертизы. Заявитель может столкнуться с рядом проблем, включая неожиданные предварительные отказы или запреты в процессе регистрации товарного знака. Сам процесс будет более эффективным при участии специалиста по интеллектуальной собственности или местного поверенного по товарным знакам. Для иностранных заявителей обязательна подача заявки через поверенного. Доверенность можно оформить и заверить в консульстве Египта в стране экспортера.

Содержание знака должно учитывать специфику арабского мира, нельзя использовать общепринятые символы, изображения флагов и гербов.

Стандартный пакет документов:

- заявка на регистрацию;
- наименование, адрес заявителя;
- список товаров и услуг¹³;
- изображение товарного знака;
- документ об оплате пошлины;
- доверенность.

Если испрашивается приоритет, заверенная копия свидетельства о признании права конвенционного приоритета должна быть представлена в течение трех месяцев с даты подачи заявки. Также допускаются заявки на коллективные товарные знаки.

Длительность процедуры составляет от 12 до 16 месяцев¹⁴ и состоит из нескольких этапов:

- 1) Подача заявки на регистрацию.

¹³ В соответствии с классами Международной классификации товаров и услуг ([МКТУ](#))

¹⁴ <https://bit.ly/3xeTCuu>

- 2) Проведение формальной экспертизы и экспертизы заявленного обозначения (включая уведомление о приеме заявки и 60 дней для опротестования).
- 3) Решение экспертизы.
- 4) Оплата пошлины (в течение двух месяцев по истечении срока опротестования).

Правовая охрана товарного знака может быть прекращена по требованию третьей стороны в случае его неиспользования правообладателем в течение пяти лет после государственной регистрации.

Защита товарного знака в Египте

Для зарегистрированных товарных знаков в Египте возможными средствами защиты являются меры административного, гражданского и уголовного характера. Среди наиболее распространенных — задержание товара на таможне, судебный запрет, изъятие контрафактной продукции, штрафные санкции, возмещение убытков. Договорные и коммерческие споры рассматриваются судом первой инстанции (Mahkmat El Daragah El Aoulah).

Детальная информация о способах защиты товарного знака (торговой марки) в Египте представлена на сайте по международной практике в области товарных знаков [World Trademark Review](#).

Регистрация доменного имени

Одним из способов защиты бренда в Египте является регистрация в домене .EG. Доменное имя регистрируется через компанию-резидента, египетского интернет-провайдера и/или представительство в Египте. Длина доменного имени должна состоять из 2–22 символов. Подробнее о порядке регистрации см. [на сайте](#).

Продвижение продукции



6

Содержание



6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Ценовая политика

Пандемия оказала негативное влияние на экономику Египта, в основном за счет падения сектора туризма. Это привело к сокращению доходов, оттоку капитала и снижению экономической активности в стране, а также к изменению модели потребления в сторону более бюджетных и базовых пищевых продуктов.

В связи с этим ключевым критерием покупки товара и формирования спроса является цена. Рядовые потребители выбирают самый дешевый продукт, в меньшей степени уделяя внимание торговым маркам/брендам, происхождению продукта и вкусовым качествам. Исключением являются потребители с высоким уровнем дохода.

Таким образом, экспортерам, выходящим на египетский рынок, рекомендуется провести анализ цен, предлагаемых международными конкурентами, и, возможно, временно снизить цены, чтобы привлечь покупателей.

Сотрудничество с местными агентами или дистрибьюторами

В Египте отмечается высокий уровень нетарифных барьеров, поэтому для успешного выхода на рынок страны и для облегчения процесса регистрации и импорта продукции рекомендуется сотрудничать с местными импортерами. С молочной продукцией работают такие компании, как Advanced Global Industries, Algaras for Food Ingredients, Port Said Modern Trade Development. Они импортируют, переупаковывают и реализуют импортную молочную продукцию в различных сегментах.

Сертификация «Халяль»

Сертификация «Халяль» на молочную продукцию в Египте необязательна, однако наличие соответствующего сертификата может облегчить выход на рынок страны, повысить ценность продукции, сделать ее более привлекательной для потребителей и увеличить стоимость.

За сертификацию «Халяль» в Египте, в том числе импортной продукции, отвечает организация ISEGHALAL.

ВАЖНО! С 1 октября 2022 г. сертификация «Халяль» будет обязательной.

Ассортимент продукции для сегмента B2B

Основная доля импорта молочной продукции в Египте приходится на сухое молоко, также страна импортирует значительный объем сывороточных ингредиентов, которые используются для производства молочных продуктов, детского питания, кондитерских и хлебобулочных изделий. Ожидается, что в 2022–2026 гг. потребление сухого молока в секторе пищевой переработки будет расти. Таким образом, российским экспортерам целесообразно налаживать контакты в сегменте B2B, используя возможность заключения прямых контрактов с предприятиями-производителями молочных продуктов в Египте.

Приоритет здорового образа жизни и питания

Экспортерам следует использовать ценные преимущества молочных продуктов, например пробиотические свойства и высокое содержание белка, чтобы успешно продвигать данную продукцию среди растущего числа потребителей, заботящихся о своем здоровье. Кроме того, ожидается, что спрос сместится в сторону определенных, более полезных молочных продуктов. К примеру, мягкий сыр все чаще употребляется вместо плавленого. Экспортерам важно следить за этими тенденциями.

Сезонный характер спроса

Поставщикам необходимо учитывать влияние религиозных праздников на продажи молочных продуктов в Египте. Значительное повышение продаж продуктов питания, в том числе молочных, отмечается в месяц Рамадан.

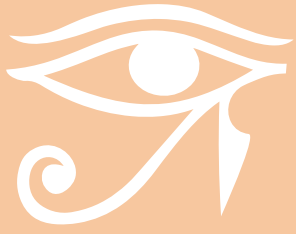


6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
SAHARA Международная выставка — крупнейшее агропромышленное мероприятие страны https://clck.ru/MGYzq	Каир Egypt International Exhibition Centre	11 – 14.09.2022
Food Africa Expo Крупнейшая на африканском континенте специализированная выставка достижений пищевой индустрии и агропромышленного сектора http://foodafrica-expo.com/	Каир Egypt International Exhibition Centre	Даты проведения уточняются
Africa Food Manufacturing Ведущая международная выставка технологий производства пищевых продуктов и упаковки https://clck.ru/MGZ2w	Каир Egypt International Exhibition Centre	Даты проведения уточняются

Особенности деловой культуры





Большая часть населения Египта — мусульмане, и национально-культурные особенности страны сформировались под влиянием ислама. Египтяне сохраняют веру в предопределенность событий, придерживаются семейных ценностей и почитают традиции. Важные личные достоинства, такие как честь, гордость, верность, скромность, образованность определяют деловые обычаи страны.

В обществе строго соблюдается иерархия. Решение принимает тот, кто занимает самое высокое положение. Для ведения переговоров с египтянами рекомендуется подключать опытных людей старшего возраста. Коллективные решения принимаются на основе консенсуса и взаимоуважения.

Первые встречи обычно проходят в официальной обстановке. При этом во время деловых приемов создается благоприятная атмосфера для светского общения. Поэтому строгого разграничения между деловыми и дружескими отношениями нет.

Планирование встречи

Переговоры с египетскими компаниями проводятся при участии представителя-посредника. Начинать деловое общение оптимально с переписки. С потенциальным партнером лучше связаться напрямую, а не через секретаря, который может отклонить вашу просьбу.

Деловые встречи назначают минимум за неделю. Их длительность обычно не ограничивается. Но надо учитывать, что пятница считается выходным днем, а во время Рамадана снижается деловая активность.



Этикет приветствия

В начале встречи стороны приветствуют друг друга и обмениваются рукопожатиями и вежливыми фразами. Собеседнику будет приятно приветствие на арабском языке (salaam aleikum — мир вам). Обращаясь к деловым партнерам, используется либо форма обращения на английском языке (Mr. или Miss/Mrs.), либо ученая степень или звание с полным именем.

Стиль одежды

Дресс-код в Египте консервативен. Мужчины носят костюмы и галстуки, хотя некоторые египтяне предпочитают традиционную одежду или военную форму. Женщины носят юбки ниже колена или длинные платья с рукавом 3/4.

Подарки

Подаркам придают большое значение. В деловой среде их не расценивают как проявление коррупции. Если вас пригласили на ужин, уместно принести корзину с фруктами, выпечку или шоколад. Красиво упакованные подарки вручают и принимают обеими руками или только правой рукой — ни в коем случае не левой. Сразу открывать подарки не принято.

Визитные карточки

Визитными карточками обмениваются в начале встречи, при новом деловом знакомстве. Визитки принято передавать обеими руками. На карточке указывают полное имя, название компании, должность и все контактные данные на английском или арабском языке.

Деловое общение

Встречи начинаются с представления и короткого светского разговора. Темы политики лучше стараться не поднимать, поскольку могут возникнуть споры. Уместен нейтральный юмор. Торговля составляет неотъемлемую часть египетской культуры, поэтому не следует соглашаться на предложение без торга, что считается признаком слабости. К предмету переговоров принято подходить постепенно.

Во время переговоров большое значение придают манерам. Например, нельзя сутулиться, сидеть нога на ногу или таким образом, чтобы была видна подошва обуви — это будет воспринято как неуважение. Египтяне склонны уходить от конкретного ответа. Например, вместо отказа вам широко улыбнутся и скажут «если Аллаху будет угодно» (in sha Allah) или «завтра» (bokra). Собеседники могут вас прерывать или отвлекаться на телефонные звонки. При этом важно быть терпеливым. Большинство бизнесменов говорят по-английски и/или по-французски.

Деловые ужины — важная часть переговоров. Рекомендуется проявлять интерес к местной культуре и быть гибким в разговоре. Отказ от напитков оскорбителен. Еду берут только правой рукой. Согласие принять вторую порцию считается комплиментом. В конце трапезы лучше оставить немного еды на тарелке. Такой жест показывает, что кормили настолько сытно, что вы не смогли съесть все.

При планировании деловых визитов и встреч в Египте рекомендуется учитывать праздничные нерабочие дни.

Табл. 27. Государственные праздники Египта в 2022 г.

Праздник	Дата
Коптское Рождество	7 января
День национальной полиции, День Революции 2011 г.	25 января
Коптская Пасха	24 апреля
Праздник весны (Шам Эн-Нессим)	25 апреля
День освобождения Синая	25 апреля
День труда	1 мая
Ид аль-Фитр (праздник окончания священного месяца Рамадан)	3–5 мая
День Революции 30 июня 2013 г.	30 июня
День Арафат (День паломничества к священной горе Арафат)	9 июля
Ид аль-Адха (Праздник жертвоприношения)	10–13 июля
День Июльской революции 1952 г.	23 июля
Мусульманский Новый год	30 июля
День вооруженных сил Египта	6 октября
День рождения Пророка Мухаммеда (Мавлид)	8 октября

Преимущества и риски осуществления поставок



8

Содержание



8.1.

Преимущества

8.2.

Риски

8.1. Преимущества

Налаженные торгово-экономические связи между Россией и Египтом

Рынок Египта открыт для российских экспортеров, в том числе производителей продукции АПК. Египет является одним из крупнейших торговых партнеров России в регионе Ближнего Востока и Северной Африки. Кроме того, географическая близость стран способствует снижению затрат и времени на логистику. Так, сроки доставки грузов из порта Новороссийск до порта Александрия составляют всего 15–17 дней.

Высокий потенциал рынка

Египет является крупным потребительским рынком молока и молочных продуктов. Туристический сектор формирует значительный спрос на них. Международные сети кафе и ресторанов создают спрос на различные сорта сыров, сливки и мороженое. Предприятия общественного питания, специализирующиеся на национальной кухне, предлагают большой ассортимент традиционных египетских блюд, в состав которых зачастую входят молочные ингредиенты.

Согласно оценкам Euromonitor International, объем рынка молочной продукции Египта составил в стоимостном выражении 3 689 млн долл. США (2020 г.). При этом в среднесрочной перспективе ожидается рост объема рынка в среднем на 4% в год — до 4 527 млн долл. США в 2026 г. Росту будут способствовать как увеличение численности и доходов населения, так и развитие туризма.

Потребительские предпочтения

Молоко и молочные продукты являются неотъемлемой частью национальной культуры питания в Египте. Например, в рацион жителей страны традиционно входит йогурт, который употребляется как десерт. Также египетские потребители отдают предпочтение мягким сырам. Кроме того, в состав многих местных блюд входят молочные ингредиенты, например сливочное масло для приготовления десертов.

Объем продаж и потребления молока и молочных продуктов в Египте имеет сезонный характер, значительно увеличиваясь в священный месяц Рамадан, а также во время учебного года.

8.2. Риски

Высокая конкуренция

Рынок молочной продукции Египта характеризуется довольно высоким уровнем самообеспеченности, хотя в сегменте B2B-продуктов зависимость от импорта сохраняется. На рынке страны доминируют местные игроки, которые

хорошо знают вкусовые предпочтения египетских потребителей, имеют налаженные связи с дистрибьюторами, розничными каналами и предприятиями общественного питания.

Импорт молочной продукции Египта представлен в основном В2В-продуктами, которые поставляются на рынок страны ключевыми мировыми экспортерами, такими как страны ЕС, Новая Зеландия и США. Они занимают более трех четвертей от общего объема молочного импорта Египта и представляют серьезную конкуренцию для новых иностранных поставщиков. Кроме того, основные экспортеры имеют репутацию производителей первоклассных молочных продуктов, которые отвечают самым строгим стандартам качества.

Отсутствие льготных тарифов

Россия (как и основные поставщики молочной продукции в Египет — Новая Зеландия и США) не имеет соглашения о свободной торговле с этой страной. Данные страны выходят на египетский рынок по ставке РНБ на условиях ВТО. Для большинства видов молочной продукции применяются низкие ввозные таможенные пошлины (0–5%), но на отдельные виды продукции действуют ставки в размере 10–45%. Страны ЕС, основные экспортеры молочной продукции в Египет, выходят на египетский рынок по льготным ставкам в рамках ССТ.

В настоящее время проходят переговоры по заключению соглашения о свободной торговле между Египтом и ЕАЭС, что может открыть для российских производителей возможности входа на рынок страны на более выгодных условиях.



Карта действий экспортера





Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами).
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Подберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

Этап II — Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта молочной продукции в Египет

- 1) Аттестация предприятия в России:
 - регистрация предприятия в системах Россельхознадзора — [ИС «Аргус»](#) — в качестве экспортера молочной продукции в Египет;
 - инспекция предприятия комиссией Россельхознадзора и включение в реестр экспортеров молочной продукции в Египет;
 - исследование продукции в аккредитованной лаборатории в России на соответствие требованиям Египта к качеству и безопасности молочной продукции;
 - получение через ИС «Аргус» [разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации](#) на поставки молочной продукции в Египет.

- 2) Регистрация предприятия и сертификация продукции, экспортируемой в Египет.
- 3) Организация логистики — выбор транспортно-экспедиторской компании и таможенного брокера для обеспечения международных перевозок и таможенного оформления грузов.

По итогам этапа II предприятие получает право поставки молочной продукции в Египет.

Этап III — Таможенное оформление продукции

- 1) Регистрация экспортера в таможенных органах (при первой поставке).
- 2) Таможенное оформление экспорта, включая оформление ветеринарной документации.

По итогам этапа III осуществляется вывоз продукции с территории РФ.

Контактная информация

A close-up photograph of a small wooden bowl filled with whipped cream, piped in a decorative, ribbed pattern. The bowl is set on a light-colored wooden surface. In the background, another similar bowl is visible but out of focus. A large, bold white number '10' is overlaid on the bottom half of the image, partially covering the bowl and the cream.

10



Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Nestlé Egypt	Производство, дистрибуция	Адрес: Abu Al Feda Street, Building 3, 2781, Egypt, Zamalek Area, Cairo, Cairo Governorate Тел.: +20 2 2614 6446 E-mail: Iman.Fadda@eg.nestle.com Сайт: https://clck.ru/agss8
Faragalla Group	Производство, дистрибуция	Адрес: 36 Kafr Abdo St., Roushdy, Alexandria Тел.: +20 3 5450 200 E-mail: info@faragalla.com Сайт: https://faragalla.com
Obour Land	Производство, дистрибуция	Адрес: 1st Industrial Zone, Block 13012, Area 12/13/14/15, El Obour City, Cairo Тел.: +20 12 7192 6667 E-mail: info@obourland.com Сайт: www.obourland.com
Danone Egypt	Производство, дистрибуция	Адрес: Mubarak Road, Industrial Zone (B), El Obour City, Cairo Тел.: +20 2 2480 1620/1 E-mail: egypt.externalcomm@danone.com Сайт: www.danone.com/egypt.html
Carrefour (Majid Al Futtaim Hypermarkets LLC)	Ритейл	Адрес: P.O. Box 19111, Maadi, Cairo Тел.: +20 16061 E-mail: egwebstoreafs@mafcarrefour.com Сайт: https://www.carrefouregypt.com
Advanced Global Industries	Импорт, дистрибуция	Адрес: 1st industrial zone, Plot 43 6th October, Giza Тел.: +20 2 3820 0675 E-mail: sales@agiegypt.com Сайт: www.agiegypt.com
Juhayna Food Industries	Производство, дистрибуция	Адрес: Juhayna Headquarter, Polygon, Building No.2, Beverly Hills, Sheikh Zayed, Giza Тел.: +20 2 3850 8393 E-mail: contactus@juhayna.com Сайт: www.juhayna.com/en

Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
Domty	Производство, дистрибуция	Адрес: 32C Murad Street, Giza P.O. Box 245, Orman, Giza Тел.: +20 2 3570 3480 E-mail: domty@domty.org Сайт: www.domty.org
Lactalis-Halawa	Производство, дистрибуция	Адрес: Cairo Liaison Office:1 Obour Buildings, Salah Salem St. Тел.: +20 2 2262 3888 E-mail: info@lactalis-halawa.com Сайт: www.lactalis-halawa.com
Algaras for Food Ingredients	Импорт, дистрибуция	Адрес: 3 Ali Amin St., Al Attarine, Alexandria Тел.: +20 3 4853 131/32 E-mail: info.alex@bellfoods.com.eg Сайт: www.bellfoods.com.eg
AMR Ice Cream	Производство, дистрибуция	Адрес: Highway junctions, Raheen Village, Samanoud, Gharbia Тел.: +20 102 456 6001 Сайт: http://ice-cream-wow.com
Edita Food Industries	Производство	Адрес: Edita Group Building, Plot 13 — Central Pivot, El Sheikh Zayed, 6th of October City Тел.: +20 2 3851 6464 E-mail: info@edita.com.eg Сайт: https://edita.com.eg
MGK Import & Export	Импорт	Адрес: The second Industrial Area B.G. — Part 3A — Block no. 22004 — El Shabab City — El Mostakbal Square, Al Obour City Тел.: +20 11 4111 1907 E-mail: mohamed@elamrity.com Сайт: www.mgk-sae.com

Полезные организации

Организация	Контактная информация
Главное управление по свободным зонам и инвестициям	Адрес: No. 3, Salah Salem St., Nasr City, Cairo E-mail: investinegypt@gafi.gov.eg Сайт: https://clck.ru/VRPpw
Министерство иностранных дел	Адрес: Bulaq, Cairo Governorate Тел.: +20 2 2579 6334 Сайт: https://mfa.gov.eg
Министерство сельского хозяйства	Адрес: 1 Hunting Club St., Dokki, Giza Тел.: +20 2 2253 6588 E-mail: info.malr@agr-egypt.gov.eg Сайт: https://clck.ru/VRQ24
Министерство снабжения и внутренней торговли	Адрес: 99 Al Kasr Al Aini, Al Inshaa WA Al Munirah, Qasr El Nil, Cairo Governorate Тел.: +20 2 2794 4338 Сайт: http://www.msit.gov.eg
Министерство торговли и промышленности	Адрес: Qasr Ad Dobarah, Qasr El Nil, Cairo Governorate Тел.: +20 2 2792 1176 Сайт: http://www.mti.gov.eg
Министерство финансов	Адрес: Nasr city. Extension of Ramsis Street, Abbassiya, Cairo Тел.: +20 2 2342 8010 Сайт: http://www.mof.gov.eg
Центральное агентство по мобилизации общественности и статистике	Адрес: 3 Salah Salem St., Nasr City, Cairo Тел.: +20 2 2402 3031 Сайт: https://www.capmas.gov.eg

Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК



11



Действующие меры господдержки

Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и 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 привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минсельхоз России и 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 объекты, создание или модернизация которых начаты не ранее чем за 3 года до подачи заявки на получение господдержки в размере до 20 или 25% от фактической стоимости объекта.

- Отрасли:**
- масложировая отрасль
(переработка масличных культур)
 - зерновые
(глубокая переработка зерна)
 - рыба и морепродукты
(переработка и консервирование рыбы)
 - молочная отрасль
(производство сухих молочных продуктов)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137](#)

Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимого для омоложения 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.












Отрасли: все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

Компетентные органы: Минсельхоз России

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

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

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры






Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

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

Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли
 -  рыба и морепродукты
 -  мясная продукция
 -  молочная продукция
 -  продукция пищевой и перерабатывающей промышленности

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: АО «РЭЦ»

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

Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

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

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

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных видов продукции и услуг на внешние рынки.

Отрасли: все отрасли

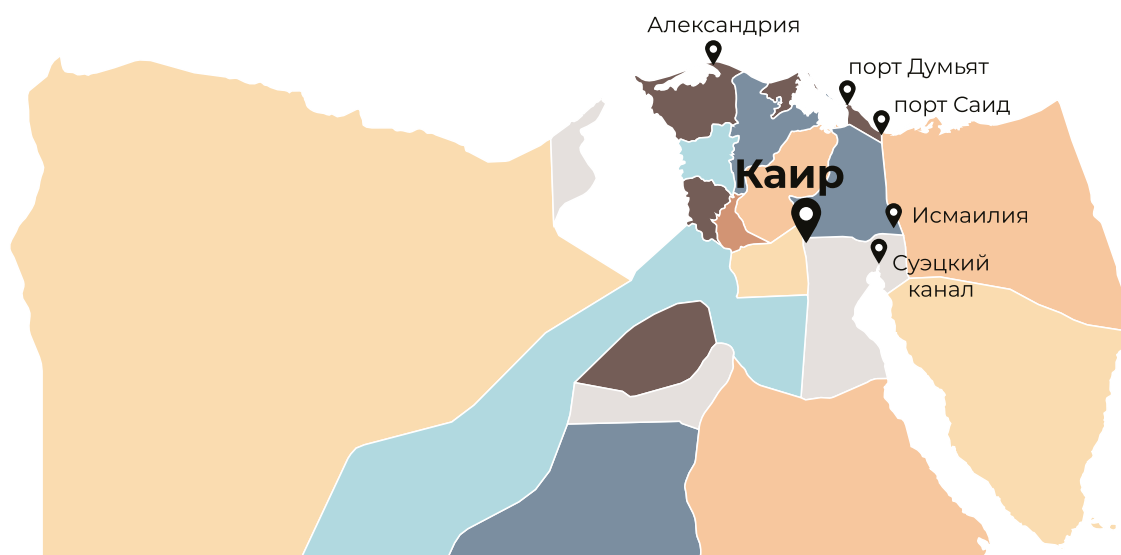
Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

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

Приложение №1.

Особые экономические зоны

Египет уже много лет использует свободные экономические зоны для целей развития национальной экономики. Первая такая зона была создана в 1974 г. в районе портового города Порт-Саид. Сейчас в Египте семь видов экономических зон: государственные и частные зоны свободной торговли (ЗСТ), инвестиционные и технологические зоны, особые экономические зоны (ОЭЗ), промышленные и квалифицированные промышленные зоны. Большинство из них регулируются отдельными законами и управляются компетентными ведомствами. Основным регулятором по свободным зонам является Главное управление по инвестициям и свободным зонам. Свободные зоны предоставляют различные стимулы для привлечения инвестиций и удовлетворения потребностей инвесторов.



Примечание. На карте обозначены государственные ЗСТ, деятельность которых связана с логистикой и внешней торговлей.

Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агрэкспорт», Всемирного банка и Национального союза производителей молока (СОЮЗМОЛОКО) ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Свободные экономические зоны отличаются размерами и специализацией. Крупнейшими являются ОЭЗ Золотого треугольника и ОЭЗ Суэцкого канала, в пределах которой находятся порты.

Экономические зоны расположены в разных частях страны. Так, государственные ЗСТ, инвестиционные зоны и квалифицированные промышленные зоны сосредоточены в наиболее развитых регионах (Каир, Александрия, Суэцкий канал). Промышленные зоны присутствуют почти во всех 27 мухафазах (провинциях), включая южные и пустынные районы с низким уровнем инвестиций.

ЗСТ

Государственные свободные зоны включают следующие:

- Alexandria Public Free Zone (Амрия) — специализируется на текстильном производстве, машиноборке, складировании и операциях в порту Александрия;
- Damietta Public Free Zone (порт Думьят) — специализируется на внешне-торговых операциях, в основном поставках зерна;
- Ismailia Public Free Zone (Исмаилия) — ориентирована на производство химикатов и нефтепродуктов;
- Nasr City Public Free Zone (Каир) — ориентирована на экспедиторские и страховые операции;
- Media Production City Free Zone — киностудия в пустыне в 30 км западнее Каира;
- Port Said Free Zone (порт Саид) — ориентирована на сервисное обслуживание судов;
- Shebin EL-Koom Public Free Zone (Менуфия) — специализируется на экспортном производстве пряжи и текстиля;
- Suez Public Free Zone (Суэцкий канал) — занимает территорию причалов Тофик, зернового терминала Адабия и бункерного нефтетерминала Атака;
- Public Free Zone of Keft (Кена) — ориентирована на производство сельхозпродукции и лекарственных препаратов.

Частные ЗСТ создаются под конкретные проекты в разных частях страны.

Инвестиционные зоны

- CBC Egypt for Industrial Development (Гиза) — промышленное производство;
- Международный промышленный парк Polaris (Гиза) — текстиль;
- Промышленная группа Industrial Development Group (Гиза) — автопром;
- Промышленные парки Pyramids (Шаркия) — инжиниринг;
- Промышленный парк Al Tajamouat (Шаркия) — текстиль;
- Инвестиционная зона El Saf Investment Zone (Гиза) — малые и средние предприятия по производству стройматериалов;

- Город научных исследований и прикладных технологий SRTA-City (Александрия) — нано- и биотехнологии;
- Каирский университет (Гиза) — высшее образование и научные исследования;
- Университет Айн-Шамс (Кальюбия) — высшее образование и научные исследования;
- Файюмский университет (Файюм) — высшее образование и научные исследования.

Инвестиционные зоны ориентированы на развитие отдельных кластеров. Они привлекают довольно крупные компании из профильных отраслей.

Действующие ЗСТ предлагают своим резидентам различные преференции в плане налогообложения, таможенных процедур и финансовых операций.

Преференции

В число преференций входят следующие:

- освобождение от уплаты налогов и таможенных пошлин;
- отсутствие правил в отношении экспортно-импортных операций;
- освобождение от уплаты ввозной пошлины и налога с продаж.

Для иностранных инвесторов наиболее привлекательна ОЭЗ Суэцкий канал, которая с 2015 г. специализируется на сельскохозяйственном и промышленном производстве, услугах инфраструктуры, развитии транспортных связей. Компании-резиденты могут беспошлинно ввозить производственное оборудование, сырье и промежуточную продукцию, а также освобождаются от уплаты косвенных налогов и налога с продаж.

ОЭЗ Суэцкий канал разделена на три части — Восточный порт, Исмаилия и Айн-Сохна — и сосредоточена на развитии отраслевых кластеров (сборка автомобилей, химикаты и нефтепродукты, строительство и строительные материалы, текстиль и готовая одежда, агробизнес и пищевая промышленность, бытовая техника и электроника, логистика и складирование, фармацевтика).

Льготы ОЭЗ Суэцкий канал

ОЭЗ Суэцкий канал предлагает следующие льготы:

- освобождение на 5 лет от гербового сбора и нотариальных платежей при оформлении уставных документов, кредитных договоров, сделок с недвижимостью;
- единую фиксированную ставку ввозной пошлины (2%) на машины и оборудование для производства;
- ввоз продукции для проектов без уплаты таможенной пошлины (в случае последующей продажи на местном рынке пошлина уплачивается в отношении всех компонентов иностранного производства);
- упрощенный порядок оформления виз, поддержку при регистрации и получении лицензий.

В Восточной Исмаилии особое внимание уделяется развитию агробизнеса. В частности, в соответствии с Законом «Об инвестициях» № 72 от 2017 г. правительство Египта предоставляет скидку списания в размере 30% от оставшейся балансовой стоимости машин и оборудования для АПК и пищевой промышленности.

Приложение №2.

Нормативно-правовая база

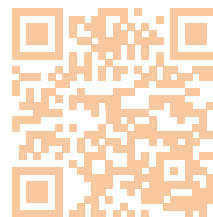
При выходе на рынок Египта необходимо учитывать положения следующих законов и нормативных актов:

- [Закон № 207/2020 «О таможене»;](#)
- [Закон №7/2017 «О реестре импортеров»;](#)
- [Закон № 72/2017 «Об инвестициях»;](#)
- [Закон №29/2016 «Об НДС»;](#)
- [Указ Министра промышленности и торговли Арабской Республики Египет № 992 от 30.12.2015 г. «О новых правил регистрации предприятий для экспорта в Арабскую Республику Египет»;](#)
- [Закон №88/2003 «О валютном регулировании»;](#)
- [Закон № 83/2002 «Об особых экономических зонах»;](#)
- [Закон № 82/2002 «О защите интеллектуальной собственности»;](#)
- [Трудовой кодекс №12/2003;](#)
- [Закон № 17/1999 «О коммерции»;](#)
- [Закон № 120/1982 «О торговых агентах и посредниках»;](#)
- [Закон №159/1981 «О компаниях»;](#)
- [Закон № 34/1976 «О государственной регистрации юридических лиц»;](#)
- [Закон № 118/1975 «Об импорте и экспорте».](#)

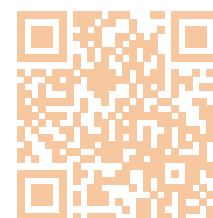
Нормативно-правовые акты Египта доступны на английском языке [на сайте](#).

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

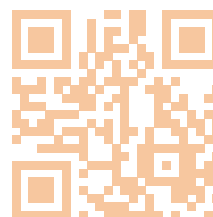
Аналитика — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



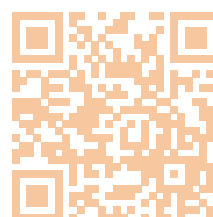
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



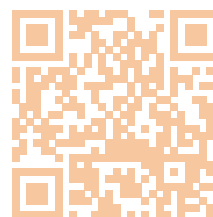
Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



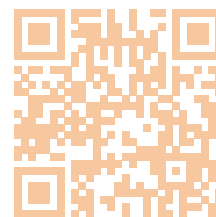
Продвижение — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



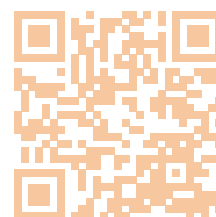
Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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



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



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

Яндекс Дзен: www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

