

Экспортный гид

# Филе минтая мороженое



ЕС



Экспортный гид

# Филе минтая мороженое



ЕС

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта филе минтая в Европейский союз. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт филе минтая в Европейский союз.

© 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

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Краткий обзор — Европейский союз.....</b>	<b>13</b>
1.1. Экономические тенденции .....	15
1.2. Политические тенденции .....	23
1.3. Деловая среда .....	25
1.4. Демографические тенденции.....	30
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок.....	32
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>33</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	35
2.2. Потребительские предпочтения .....	57
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	58
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	71
<b>3. Стандарты на продукцию .....</b>	<b>73</b>
3.1. Требования к производителям .....	75
3.2. Требования к продукции.....	76
3.3. Требования к упаковке и маркировке .....	79
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>82</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	84
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	86
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>88</b>
5.1. Логистика.....	90
5.2. Формы присутствия на рынке .....	96
5.3. Защита интеллектуальной собственности .....	97
<b>6. Продвижение продукции .....</b>	<b>100</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	102
6.2. Отраслевые выставки.....	103
<b>7. Особенности деловой культуры .....</b>	<b>106</b>
<b>8. Преимущества и риски осуществления поставок .....</b>	<b>114</b>
8.1. Преимущества.....	116
8.2. Риски.....	117

<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>118</b>
<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>122</b>
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>127</b>
<b>Приложение №1. Особые экономические зоны .....</b>	<b>136</b>
<b>Приложение №2. Нормативно-правовая база .....</b>	<b>140</b>

# Резюме

---

- Европейский союз (ЕС) — экономическое и политическое объединение 27 европейских государств, в которых в 2020 г. в общей сложности проживало 445,3 млн человек. В период 2015–2020 гг. население региона росло в среднем на 0,6% в год. Сокращение темпов естественного прироста и старение жителей являются одной из самых острых проблем ЕС. В большинстве стран наблюдается низкий уровень рождаемости, а прирост населения происходит в основном за счет миграции.
- Важнейший фактор для развития экономики региона — единый рынок, который способствует свободному движению товаров, услуг и финансовых средств. Наибольшее значение для экономического развития европейского региона имеет внутренний спрос, который после снижения в 2020 г. восстанавливается на фоне снятия или ослабления карантинных ограничений и успеха мер по контролю распространения COVID-19.
- Вклад сельского хозяйства в экономику ЕС незначителен и составил в 2020 г. всего 1,7% ВВП. При этом сельскохозяйственный сектор ЕС — один из самых высокоразвитых и механизированных в мире, а многие страны еврозоны входят в число крупнейших мировых поставщиков продукции АПК.
- Страны-члены ЕС являются участниками многих международных торговых соглашений и членами международных организаций. ЕС — главный торговый партнер для 80 стран мира. Однако на развитие торговли со странами, не являющимися членами ЕС, негативно влияет большое число тарифных и нетарифных ограничений.
- В 2020 г. объем экспорта продукции АПК из стран ЕС составил 584,1 млрд долл. США (36% от мирового объема), импорта — 534,8 млрд долл. США (33% от мирового объема).
- ЕС — крупнейший потребитель филе минтая, причем существующий спрос на 100% обеспечивается за счет импортных поставок. Минтай ввозится в основном в виде замороженного филе (его доля составляет 86–90% в натуральном выражении), которое подвергается дальнейшей переработке.
- Страны ЕС ежегодно импортируют около 300 тыс. тонн замороженного филе минтая. В 2020 г. объем ввоза данной продукции составил 294,2 тыс. тонн на сумму 1 013,7 млн долл. США. С 2012 г. объемы импорта снизились на 5,6% в натуральном выражении, но увеличились на 7,4% в стоимостном. По сравнению с 2019 г. импорт показал снижение на 2,3% в натуральном выражении и рост на 5,3% в стоимостном. Главными хабами для импорта и экспорта минтая в ЕС являются Германия, Франция и Нидерланды.

- Основной страной-импортером замороженного филе минтая среди стран ЕС в 2020 г. была Германия, на долю которой пришлось 47,2% общего объема. В 2020 г. в Германию было ввезено 138,9 тыс. тонн замороженного филе. Далее следуют Франция, Польша, Нидерланды и Дания, на долю которых в 2020 г. пришлось 17,6, 14,1, 6,8 и 2,4% соответственно. Основной объем ввозимого в ЕС филе минтая поступает на предприятия крупного перерабатывающего комплекса в Бремерхафене (Германия).
- Основными странами-поставщиками замороженного филе минтая являются Китай, экспортирующий продукцию вторичной заморозки из российского минтая, а также страны с наибольшим объемом вылова в границах исключительной экономической зоны — США и Россия, поставляющие продукцию первичной (морской) заморозки. Филе минтая в основном используется в перерабатывающей промышленности для производства рыбного филе в кляре, рыбных палочек и готовых к употреблению замороженных блюд.
- В период с 2012 г. по 2020 г. Россия сумела нарастить поставки замороженного филе минтая в ЕС с 20,4 тыс. до 39,4 тыс. тонн с совокупным среднегодовым темпом роста 8,6%. Основной объем ввоза российского замороженного филе минтая в ЕС приходится на Германию, Польшу и Францию. В 2020 г. объем экспорта в эти страны составил 20,5 тыс., 8,9 тыс. и 7,0 тыс. тонн соответственно. Таким образом, на долю трех основных европейских импортеров пришлось более 90% российских поставок филе минтая как в натуральном, так и в стоимостном выражении.
- В 2020 г. экспорт (преимущественно — реэкспорт) замороженного филе минтая из ЕС составил 59,0 тыс. тонн на сумму 219,7 млн долл. США. За 2012–2020 гг. объем поставок увеличился на 30,9% в натуральном выражении и на 45,6% в стоимостном. При этом на протяжении всего рассматриваемого периода экспорт замороженного филе минтая за пределы ЕС был незначительным. Таким образом, экспортные поставки стран ЕС в основном имеют характер внутренней дистрибуции филе минтая внутри еврозоны.
- Объем потребления минтая в ЕС по итогам 2020 г. составил 762,7 тыс. тонн в эквиваленте живого веса. В 2020 г. объем потребления в натуральном выражении снизился на 1,0% относительно уровня предыдущего года, что во многом обусловлено проблемами с логистикой вследствие ограничений во время пандемии COVID-19.
- Между Россией и ЕС не подписано соглашение о свободной торговле, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО, которая для мороженого филе минтая равна 13,7%. Однако для обеспечения перерабатывающей промышленности ЕС достаточным количеством сырья внедрены автономные тарифные квоты на ряд видов рыбной продукции. В частности, к импортируемому из России филе минтая в рамках квоты применяется нулевой тариф.

# Список сокращений

---

## Англоязычные сокращения

<b>ASC</b>	Aquaculture Stewardship Council — Попечительский совет по аквакультуре, независимая международная некоммерческая организация, которая разрабатывает экологические стандарты для аквакультуры
<b>ASFIS</b>	Aquatic Sciences and Fisheries Information System — Международная информационная система по водным наукам и рыболовству
<b>BRC</b>	British Retail Consortium — Британский консорциум предприятий розничной торговли
<b>CHED-P</b>	Common Health Entry Document for consignments of products of animal origin — Единый санитарный документ о ввозе продуктов животного происхождения
<b>CVED</b>	Common Veterinary Entry Document — Единый ветеринарный ввозной документ
<b>EFSA</b>	European Food Safety Authority — Европейское агентство по безопасности продуктов питания
<b>ENS</b>	Entry Summary Declaration — сводная ввозная таможенная декларация
<b>EORI</b>	Economic Operators Registration and Identification — Система регистрации и идентификации экономических операторов
<b>EPO</b>	European Patent Office — Европейское патентное ведомство
<b>EUMOFA</b>	European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture Products — Европейская служба мониторинга рынка рыболовства и аквакультуры
<b>EUIPO</b>	European Union Intellectual Property Office — Ведомство по интеллектуальной собственности ЕС
<b>EUTM</b>	European Union Trademark — товарный знак ЕС
<b>FIZ</b>	Fisch-Informationszentrum — Ассоциация представителей немецкой рыбной промышленности
<b>GHP</b>	Good Hygiene Practice — надлежащая гигиеническая практика, правила гигиены, которым должна отвечать организация производства пищевой продукции
<b>GMP</b>	Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика; правила, которым должна отвечать организация производства



<b>GlobalG.A.P.</b>	Good Agricultural Practice — надлежащее ведение сельского хозяйства. GlobalG.A.P. — международная система стандартов качества и безопасности сельскохозяйственной продукции. Программа сертификации аквакультуры GlobalG.A.P. Aquaculture Standard затрагивает все стадии производства, начиная с кормов и заканчивая готовой продукцией, выпускаемой рыбоводческими хозяйствами
<b>HACCP</b>	Hazard Analysis Critical Control Points — система анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции
<b>HoReCa</b>	гостинично-ресторанный бизнес
<b>IFS</b>	International Food Standard — Международный стандарт пищевой продукции
<b>IQF</b>	Individual quick frozen — принцип быстрого (шокового) замораживания продуктов, при котором каждая порция филе отделена от других порций
<b>ITC Trade Map</b>	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
<b>MSC</b>	Marine Stewardship Council — Морской попечительский совет, международная независимая некоммерческая организация, устанавливающая стандарты устойчивого рыболовства
<b>OECD</b>	Organisation for Economic Co-operation and Development — Организация экономического сотрудничества и развития
<b>SAD</b>	single administrative document — единый административный (таможенный) документ ЕС
<b>UUID</b>	universally unique IDentifier — универсальный уникальный идентификатор документа

### **Русскоязычные сокращения**

<b>АПК</b>	агропромышленный комплекс
<b>ВОИС</b>	Всемирная организация интеллектуальной собственности
<b>ВСД</b>	ветеринарный сопроводительный документ
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация
<b>ДФО</b>	Дальневосточный федеральный округ

*Список сокращений*

<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>МКТУ</b>	Международная классификация товаров и услуг
<b>ПИИ</b>	прямые иностранные инвестиции
<b>ППС</b>	паритет покупательной способности
<b>РОУ АПК</b>	региональные органы управления агропромышленным комплексом
<b>ФТС России</b>	Федеральная таможенная служба Российской Федерации

# Введение





Европейский союз (ЕС) — экономическое и политическое объединение 27 европейских государств. Вклад сельского хозяйства в экономику ЕС незначителен. При этом сельскохозяйственный сектор ЕС — один из самых высоко-развитых и механизированных в мире, а многие страны союза занимают лидирующие позиции во внешней торговле продукцией АПК.

### **Общие сведения (2020 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 15 167,8 млрд долл. США

**Рост ВВП:** –6,1%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 44 491 долл. США

**Уровень инфляции:** 0,7%

**Приток ПИИ:** 112 млрд долл. США

**Население:** 445,3 млн человек

**Площадь страны:** 4,2 млн км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Париж (12,8 млн), Мадрид (6,6 млн), Берлин (5,1 млн)

**Уровень урбанизации:** 75,0%

**Уровень безработицы:** 7,4%

**Структура ВВП:** сфера услуг (65,9%), промышленность (22,1%), сельское хозяйство (1,7%)

**Основные товары экспорта:** реакторы ядерные; транспортные средства; электрические машины и оборудование; фармацевтическая продукция; пластмассы и изделия их них

**Основные товары импорта:** реакторы ядерные; электрические машины и оборудование; транспортные средства; нефть и нефтепродукты; битуминозные вещества

**Объем экспорта:** 5,3 трлн долл. США

**Объем импорта:** 5,0 трлн долл. США

*Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, OECD, ITC Trade Map, Oxford Economics, Eurostat*

# Краткий обзор — Европейский союз

---





Содержание

---

## **1.1.**

Экономические тенденции

## **1.2.**

Политические тенденции

## **1.3.**

Деловая среда

## **1.4.**

Демографические тенденции

## **1.5.**

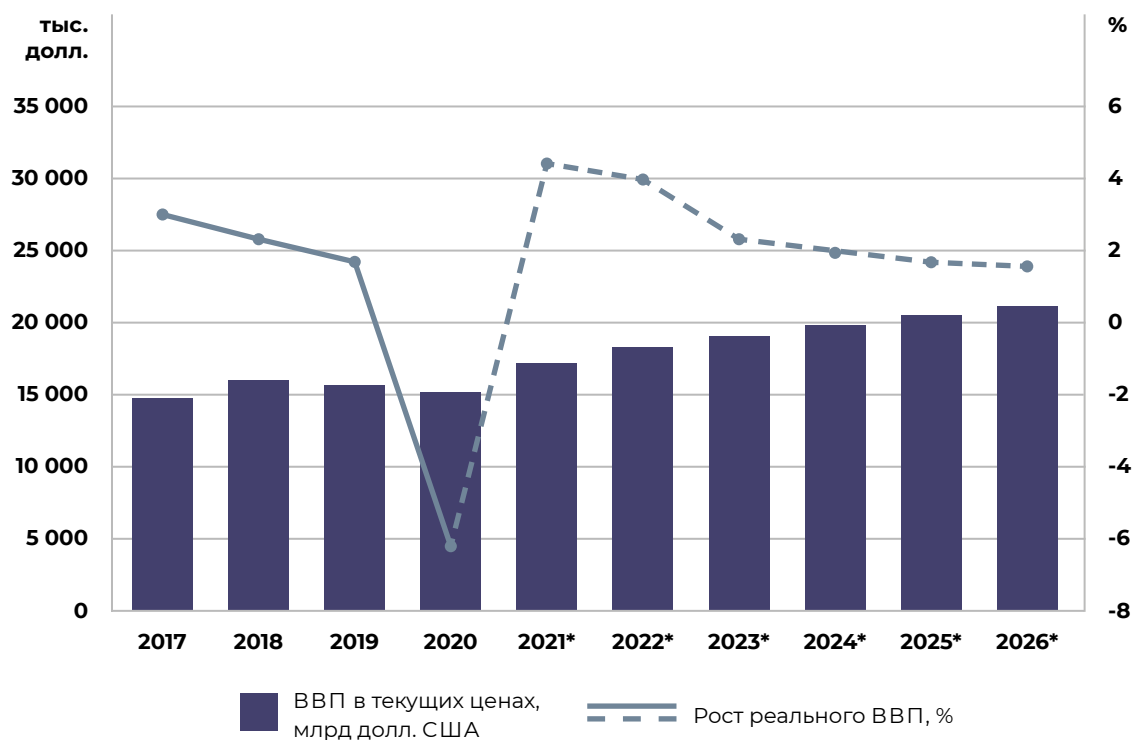
Влияние тенденций  
на потребительский рынок

## 1.1. Экономические тенденции

В экономике ЕС тенденция снижения темпов роста наметилась еще в 2018 г., до ухудшения социально-экономической ситуации на фоне пандемии COVID-19. Наибольший вклад в экономический рост региона обеспечивал внутренний спрос, который после снижения в 2020 г. восстанавливается на фоне снятия или ослабления карантинных ограничений и успеха мер по контролю распространения коронавируса. Однако вследствие продолжения пандемии в мире и появления нового штамма COVID-19, сохраняются значительные риски для экономик европейских стран, особенно тех, которые сильно зависят от туристического сектора.

После снижения ВВП на 6,1–6,5% в 2020 г. МВФ прогнозирует положительный тренд в связи со значительной финансовой поддержкой экономик стран ЕС (выделением фондов, денежно-кредитными стимулами), а также снятием и/или смягчением карантинных ограничений. Благодаря восстановлению деловой активности и эффекту отложенного потребительского спроса ожидается, что темпы роста ВВП достигнут 4,4–4,8% в 2021 г. и 3,9–4,6% в 2022 г. В дальнейшем рост замедлится, но в целом положительная динамика сохранится.

Рис. 1. Динамика ВВП стран ЕС, 2017–2026 гг.



Источник: МВФ, EMIS

Примечание. \*прогноз.



Табл. 1. ВВП стран ЕС в текущих ценах, 2017–2026 гг., млрд долл. США

	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*
<b>ЕС</b>	<b>14 753,3</b>	<b>15 972,1</b>	<b>15 636,3</b>	<b>15 167,8</b>	<b>17 127,5</b>	<b>18 283,9</b>	<b>19 032,8</b>	<b>19 757,6</b>	<b>20 462,3</b>	<b>21 184,0</b>
Германия	3 681,3	3 965,6	3 861,6	3 803,0	4 319,3	4 598,1	4 757,7	4 923,0	5 084,4	5 253,1
Франция	2 594,2	2 791,2	2 717,2	2 598,9	2 938,3	3 138,9	3 242,5	3 342,4	3 442,5	3 538,7
Нидерланды	833,6	914,5	907,2	909,5	1 012,6	1 073,2	1 113,0	1 151,0	1 189,5	1 229,1
Польша	526,6	587,4	595,8	594,2	642,1	697,4	752,8	805,9	861,8	924,2
Дания	332,1	356,9	350,1	352,2	392,6	411,2	428,9	447,9	468,5	490,6

Источник: МВФ, EMIS

Примечание. \*прогноз.

Табл. 2. Рост реального ВВП стран ЕС, 2017–2026 гг., %

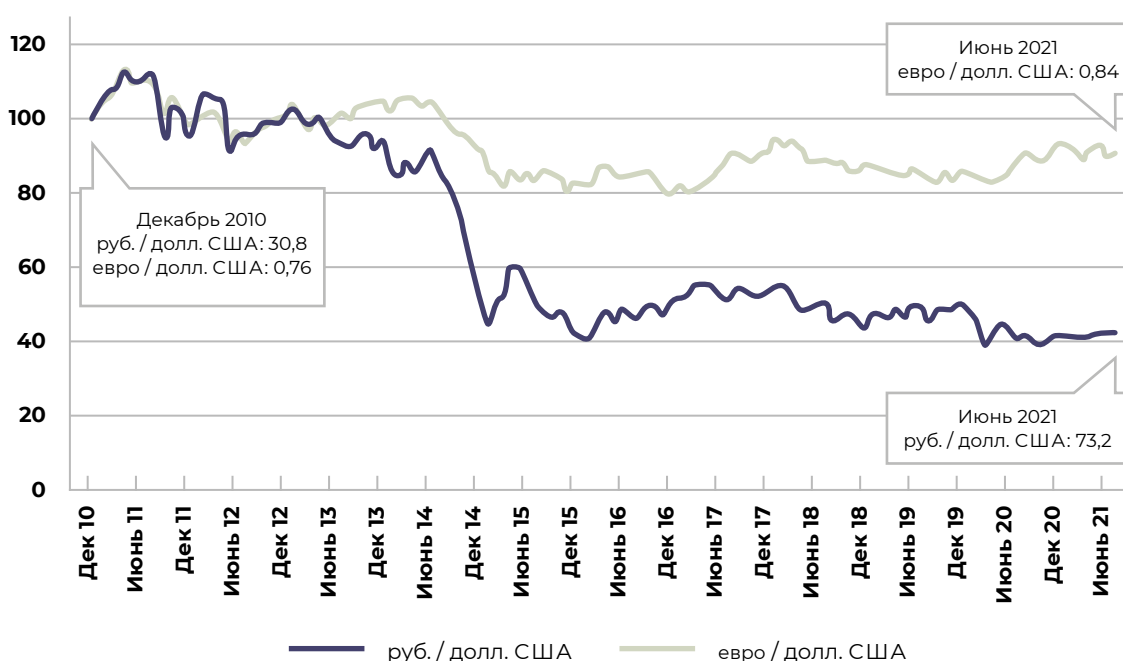
	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*
<b>ЕС</b>	<b>3,0</b>	<b>2,3</b>	<b>1,7</b>	<b>-6,1</b>	<b>4,4</b>	<b>3,9</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>
Германия	2,6	1,3	0,6	-4,8	3,6	4,1	1,6	1,5	1,2	1,1
Франция	2,3	1,9	1,8	-8,0	5,8	4,2	1,7	1,5	1,4	1,2
Нидерланды	2,9	2,4	1,7	-3,8	3,3	3,2	1,8	1,6	1,5	1,5
Польша	4,8	5,4	4,7	-2,7	4,6	5,2	4,0	3,0	2,9	2,6
Дания	2,8	2,2	2,9	-3,3	2,8	2,9	1,9	1,8	1,8	1,8

Источник: МВФ, EMIS

Примечание. \*прогноз.

В настоящее время евро несколько укрепился, хотя в ретроспективе последнего десятилетия европейская валюта остается слабее доллара, но заметно сильнее рубля. Умеренное повышение курса евро ожидается по мере восстановления экономики региона, хотя положительная динамика будет сдерживаться мягкой денежно-кредитной политикой Европейского центрального банка. Незначительный риск колебаний и относительно слабая волатильность обменного курса объясняются как стабильно высокими объемами торговли внутри еврозоны, так и политической стабильностью и высоким уровнем доверия к институтам ЕС.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и евро к доллару США, декабрь 2010 г. – июнь 2021 г.



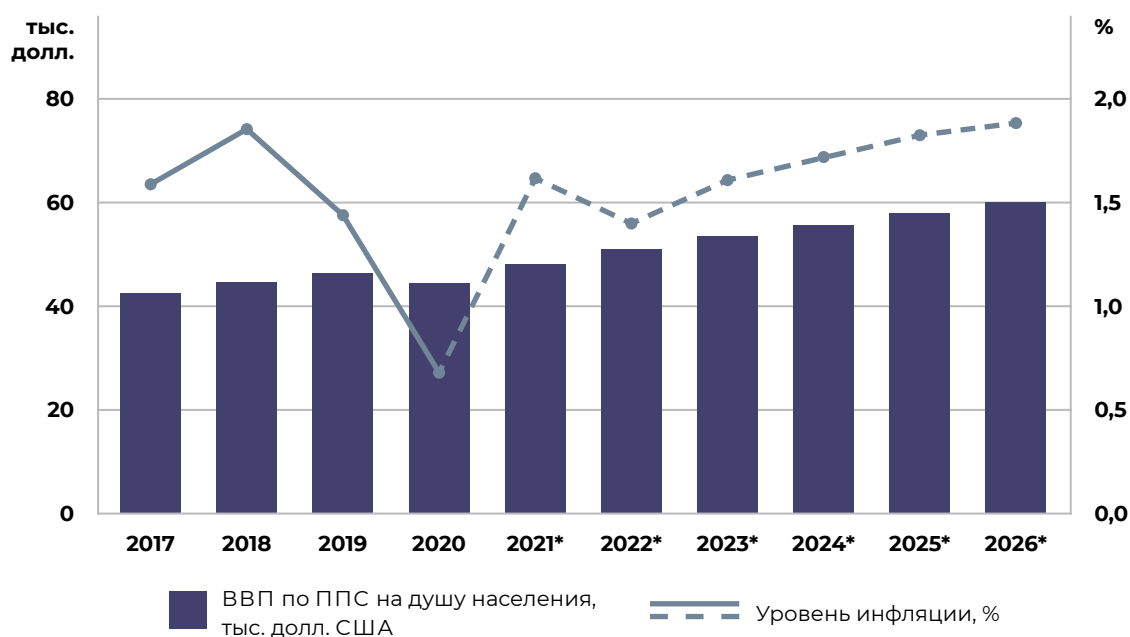
Источник: Банк международных расчетов

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

В 2020 г. на фоне замедления развития экономик стран ЕС ВВП по ППС на душу населения сократился на 4,3% по сравнению с уровнем 2019 г. Ожидается, что к уровню 2019 г. ВВП на душу населения большинства стран вернется в течение 2021–2022 гг.

В 2021 г. ожидается повышение инфляции в условиях роста цен на энергоносители, увеличения логистических издержек, более высокой базовой инфляции, а также различных временных факторов (эффекта от временного снижения НДС, мер поддержки в период пандемии и т.д.). Ограниченное предложение на фоне высокого потребительского спроса, возможно, также способствовало росту цен по мере стабилизации ситуации с COVID-19 в регионе.

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



Источник: МВФ, EMIS, Всемирный банк

Примечание. \*прогноз. В связи с отсутствием оценок по ЕС в целом, данные за 2017–2020 гг. основаны на информации Всемирного банка, а прогнозы на 2021–2026 гг. рассчитаны на основе оценок по всем 27 странам союза.

Табл. 3. Динамика ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг., долл. США

	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*
<b>ЕС</b>	<b>42 656,1</b>	<b>44 613,9</b>	<b>46 496,8</b>	<b>44 491,3</b>	<b>48 131,0</b>	<b>50 992,6</b>	<b>53 434,8</b>	<b>55 694,0</b>	<b>57 866,3</b>	<b>60 021,8</b>
Дания	55 673,5	57 924,1	60 378,9	58 932,8	61 478,4	64 468,4	66 945,1	69 368,7	71 790,0	74 230,9
Нидерланды	55 509,3	57 846,7	59 516,9	57 534,2	60 460,9	63 497,0	65 929,2	68 186,3	70 374,6	72 592,1
Германия	53 254,7	55 058,9	56 226,2	54 075,7	56 955,6	60 169,9	62 448,2	64 666,9	66 704,4	68 732,4
Франция	46 369,7	48 215,7	49 696,1	46 062,0	49 492,1	52 601,3	54 557,6	56 367,7	58 095,8	59 753,8
Польша	30 161,6	32 536,1	34 624,3	34 102,8	35 957,0	38 479,7	40 964,5	43 144,3	45 325,4	47 452,7

Источник: МВФ, EMIS, Всемирный банк

Примечание. \*прогноз. В связи с отсутствием оценок по ЕС в целом, данные за 2017–2020 гг. основаны на информации Всемирного банка, а прогнозы на 2021–2026 гг. рассчитаны на основе оценок по всем 27 странам союза.

Табл. 4. Динамика инфляции в ЕС, 2017–2026 гг., %

	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*
<b>ЕС-27</b>	<b>1,6</b>	<b>1,9</b>	<b>1,4</b>	<b>0,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,4</b>	<b>1,6</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>
Дания	1,1	0,7	0,7	0,3	1,1	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8
Нидерланды	1,3	1,6	2,7	1,1	1,4	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
Германия	1,7	1,9	1,4	0,4	2,3	1,1	1,5	1,7	1,9	2,1
Франция	1,2	2,1	1,3	0,5	1,1	1,2	1,3	1,4	1,6	1,6
Польша	2,0	1,6	2,3	3,4	3,2	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5

Источник: МВФ, EMIS, Всемирный банк

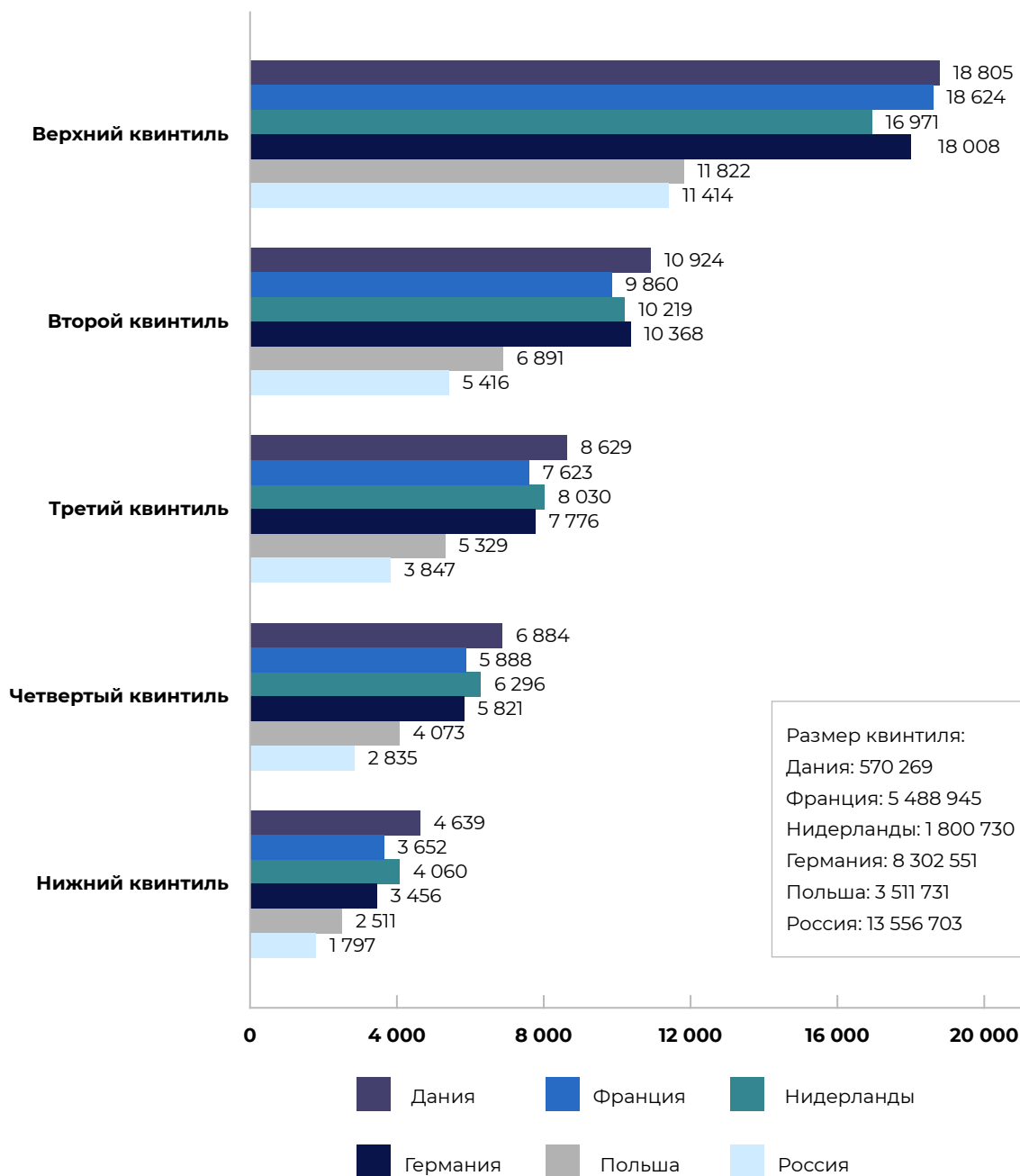
Примечание. \*прогноз.

Социально-экономическое неравенство в ЕС отмечается как на уровне союза в целом, так и в разных регионах и странах, а также на локальном уровне, что вызвано кросс-культурными особенностями населения и другими социально-демографическими тенденциям, а также историческими, географическими и экономическими факторами. В период пандемии ситуация с неравенством доходов ухудшилась, причем на уровне отдельных стран отличаются как меры поддержки населения и отраслей, так и масштабы негативного влияния пандемии.

В Дании, Франции, Нидерландах, Германии и Польше в среднем на долю первого квинтиля (20% занятых) приходится 37–41% от общей суммы денежных доходов жителей. При этом разница в доходах самого богатого и самого бедного квинтилей занятого населения составляет 200–300%, тогда как в России эта разница превышает 400%.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2020 г., долл. США



Источник: Всемирный банк

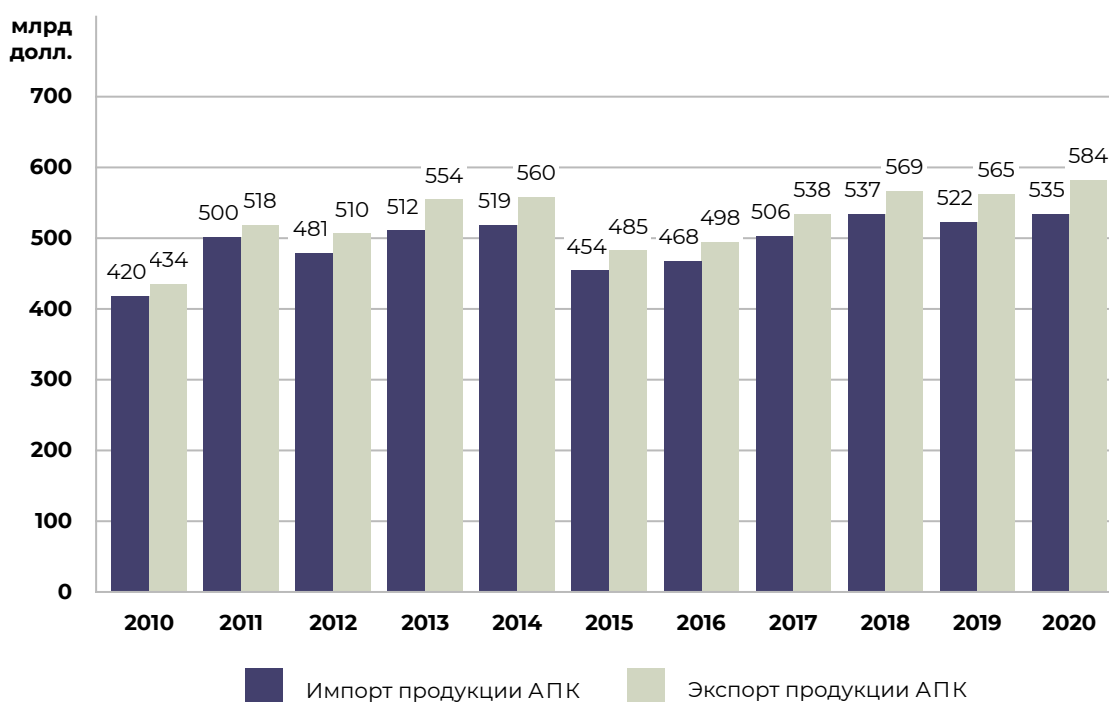
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

Вклад сельского хозяйства в экономику ЕС незначителен и составил в 2020 г. всего 1,7% ВВП. Вместе с тем, сектор АПК ЕС является одним из самых высококоразвитых и механизированных в мире и имеет важное значение для внутреннего рынка труда, обеспечивая работой от 4,6 до 5,0% населения трудоспособного возраста. Более того, страны ЕС занимают лидирующие позиции во внешней торговле продукцией АПК (около трети мирового объема).

В 2020 г. объем экспорта продукции АПК странами ЕС составил 584,1 млрд долл. США (36% от мирового объема), а объем импорта — 534,8 млрд долл. США (33% от мирового объема). При этом структура импорта и экспорта сильно дифференцирована: на топ-10 импортируемых и экспортируемых продуктов приходится лишь 25% и 32% от общего объема соответственно.

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



Источник: ITC Trade Map

Табл. 5. Структура экспорта продукции АПК стран ЕС, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Объем экспорта, млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0406	Сыры и творог	24,6	4,2
2204	Вина виноградные натуральные	24,1	4,1
0203	Свинина	22,8	3,9
1905	Мучные кондитерские изделия	20,2	3,5
2309	Продукты, используемые для кормления животных	19,1	3,3
2106	Прочие готовые пищевые продукты	18,5	3,2
1806	Шоколадные кондитерские изделия	18,3	3,1
1001	Пшеница	13,8	2,4
1901	Экстракт солодовый; готовые пищевые продукты из муки, крупы, крахмала	13,3	2,3
2208	Спирт этиловый неденатурированный до 80 об.% и спиртные напитки	11,7	2,0
	Прочие продукты	397,7	68,0
	<b>Итого</b>	<b>584,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Табл. 6. Структура импорта продукции АПК стран ЕС, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Объем экспорта, млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0406	Сыры и творог	22,8	3,9
1905	Мучные кондитерские изделия	20,2	3,5

Продолжение табл. 6.

Код ТН ВЭД	Наименование	Объем экспорта, млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
2309	Продукты, используемые для кормления животных	19,1	3,3
0901	Кофе	18,5	3,2
1806	Шоколадные кондитерские изделия	18,3	3,1
2106	Прочие готовые пищевые продукты	13,8	2,4
0302	Рыба свежая или охлажденная	13,3	2,3
0203	Свинина	11,7	2,0
2204	Вина виноградные натуральные	397,7	68,0
2402	Сигары и сигареты	584,1	100
	Прочие продукты	400,2	74,9
	<b>Итого</b>	<b>534,8</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

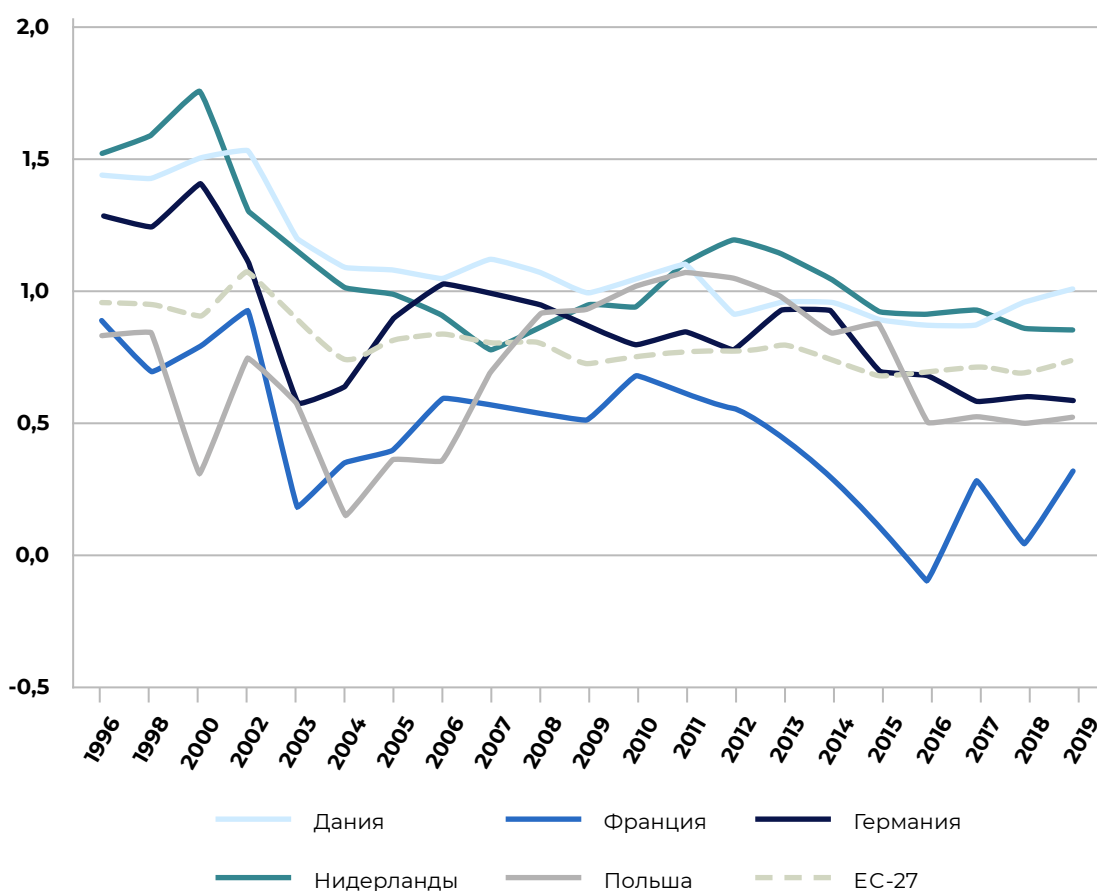
## 1.2. Политические тенденции

ЕС представляет собой экономическую и политическую региональную интеграцию 27 европейских государств, отличающихся по своему государственному устройству. Так, в странах ЕС реализованы следующие формы правления: федеративная парламентская республика (Австрия, Германия); парламентская республика (Венгрия, Хорватия, Чехия, Эстония, Греция, Ирландия, Италия, Латвия, Литва, Мальта, Польша, Португалия, Словакия, Словения); президентская республика (Кипр); конституционная монархия (Бельгия, Швеция, Дания, Люксембург, Нидерланды, Испания); унитарная парламентская республика (Финляндия); смешанная демократическая/президентско-парламентская республика (Франция, Румыния). ЕС обладает элементами межгосударственности, надгосударственности и многопартийной парламентской демократии. Вопросы внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности решаются государствами-членами союза.



ЕС — современный вид конфедерации, где многие области политики объединены в общие институты, в числе которых Европейский парламент, Европейский совет, Совет ЕС, Европейская комиссия, Суд ЕС, Европейская счетная палата, Европейский центральный банк. Европейский совет и Европейская комиссия являются органами исполнительной власти. Законодательные органы союза — Совет ЕС (Совет министров) и Европейский парламент. Совет ЕС и парламент имеют равные полномочия предлагать, изменять или отклонять законодательные проекты в рамках союза.

Рис. 6. Динамика показателя политической стабильности и отсутствия насилия/терроризма в странах ЕС

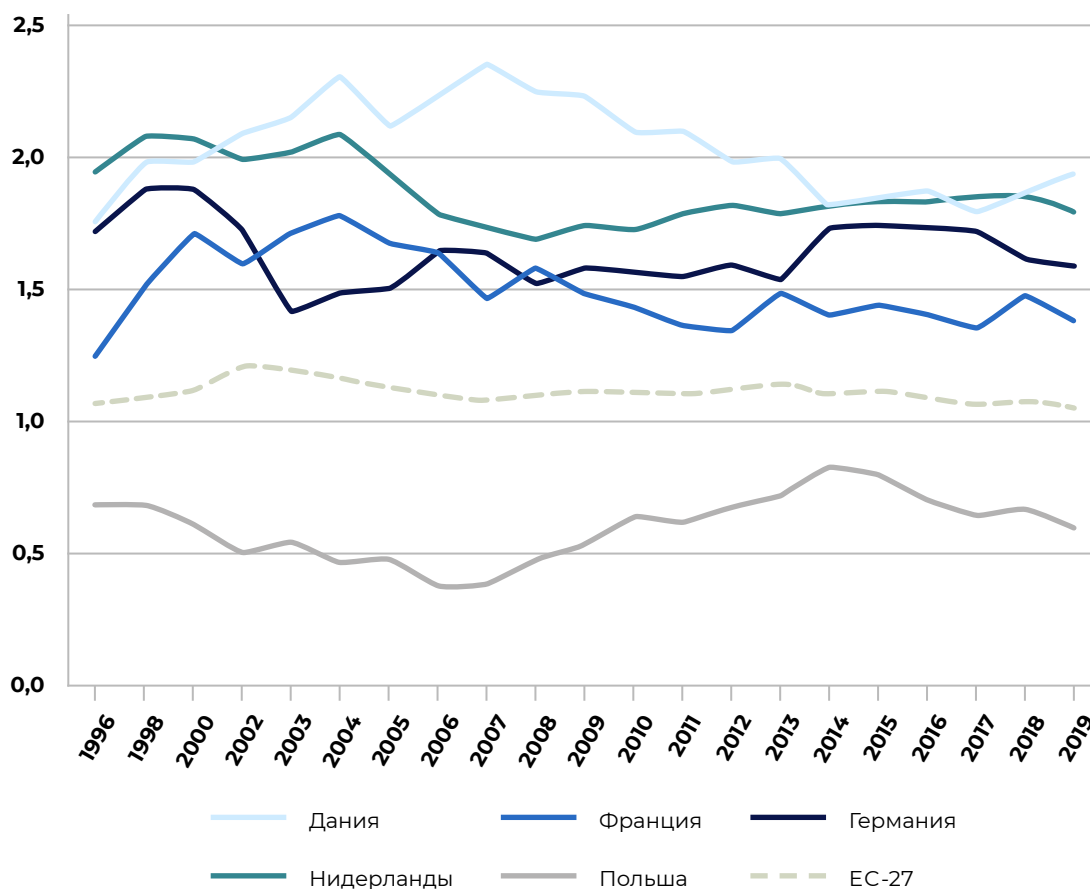


Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Показатель политической стабильности и отсутствия насилия в ЕС в целом имеет положительное значение. Тем не менее, на уровне отдельных стран отмечаются его колебания, вызванные кратковременными негативными факторами различной природы — от масштабных протестов населения до локальных террористических атак.

Рис. 7. Динамика показателя качества государственного управления (эффективности работы правительства) в странах ЕС



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Качество государственного управления оценивается стабильно высоко, что объясняется доверием к институтам ЕС, развитой социальной сферой, высоким благосостоянием населения. Ожидается, что показатель эффективности работы правительства вырастет в ближайшие годы в связи с успешной борьбой с пандемией и действенными мерами поддержки населения и экономики.

### 1.3. Деловая среда

В рейтинге Всемирного банка Doing Business страны ЕС занимают высокие позиции. Так, все пять рассматриваемых в настоящем обзоре стран в 2020 г. вошли в топ-50, причем Дания заняла четвертое место, а Германия, Франция, Польша и Нидерланды — 22-е, 32-е, 40-е и 42-е соответственно. В рейтинге регистрации собственности положение заметно хуже: если Дания находится на 11-м месте, то, например, Франция — лишь на 99-м, что обусловлено большим числом процедур и длительностью оформления.

Табл. 7. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
<b>ЕС</b>		
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокие показатели вакцинации населения и успешные меры поддержки в рамках борьбы с пандемией.</li> <li>• Высокий уровень доходов и образования населения в большинстве стран, а также высокий уровень урбанизации.</li> <li>• Лидерство как по входящим, так и по исходящим иностранным инвестициям</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Старение населения и невысокий уровень рождаемости.</li> <li>• Большие структурные различия между странами. Например, северные страны демонстрируют более высокие темпы экономического роста по сравнению с южными.</li> <li>• Финансовый кризис, с которым столкнулись некоторые страны, демонстрирует ограниченность фискальной базы единой валюты</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Европейский центральный банк контролирует кредитно-денежную политику с целью обеспечения стабильности цен путем таргетирования инфляции.</li> <li>• Политика сплочения с целью развития рынка труда, повышения уровня конкурентоспособности бизнеса, экономического роста, устойчивого развития и улучшения качества жизни граждан во всех странах ЕС.</li> <li>• Общая политика цифровизации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Напряженность в ряде стран, обусловленная проблемой мигрантов и беженцев.</li> <li>• Значительные расхождения между крупнейшими странами-членами ЕС относительно механизмов оказания финансовой поддержки европейской банковской системе</li> </ul>
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитая внешняя торговля с большинством стран мира. Для 80 стран ЕС — главный торговый партнер.</li> <li>• Страны-члены ЕС являются участниками многих международных торговых соглашений и членами международных организаций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Большое число тарифных и нетарифных ограничений на торговлю со странами, не являющимися членами ЕС.</li> <li>• Нарушение цепочек поставок во время пандемии</li> </ul>
<b>Дания</b>		
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лидерство в сферах информационных технологий, телекоммуникаций, здравоохранения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зависимость от внешней торговли.</li> <li>• Старение населения.</li> <li>• Полная зависимость датской кроны от евро.</li> <li>• Большой государственный долг</li> </ul>

Продолжение табл. 7.

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Одна из наименее коррумпированных стран мира.</li> <li>• Политика устойчивого развития страны и переход к зеленой экономике</li> </ul>	
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простые процедуры регистрации бизнеса и благоприятный бизнес-климат</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокий уровень государственного регулирования</li> </ul>
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Либеральная торговая политика.</li> <li>• Важный транспортно-логистический хаб для скандинавских и балтийских стран</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокая стоимость датских товаров.</li> <li>• Значительные нетарифные торговые барьеры для импорта</li> </ul>

#### Германия

<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ведущая мировая экономика с одним из самых высоких уровней благосостояния граждан.</li> <li>• Крупный производитель продуктов питания и сельскохозяйственных товаров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкая рождаемость и старение населения</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политика свободной торговли.</li> <li>• Улучшение торгово-партнерских отношений с Францией</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Конфликт с Европейским центральным банком по вопросам прямых денежных операций.</li> <li>• Нестабильная внутренняя ситуация с мигрантами</li> </ul>
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Либеральная экономическая политика, которая стимулирует конкуренцию и развитие рынка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокий уровень корпоративных подоходных налогов.</li> <li>• Большой налоговый клин</li> </ul>
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Членство во многих международных организациях</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокие импортные пошлины.</li> <li>• Значительные нетарифные барьеры</li> </ul>

#### Франция

<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитая экономика со значительными сельскохозяйственными ресурсами и мощным производственным сектором</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пандемия COVID-19 нанесла значительный ущерб экономике страны.</li> <li>• Стабильно высокий уровень безработицы</li> </ul>
------------------	--	---

Продолжение табл. 7.

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В последнее десятилетие правительство добилось значительного прогресса в обеспечении прозрачности и доступности регулирующей системы.</li> <li>• Программа расширения городских свободных зон в кварталах и муниципалитетах с низким доходом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политические и социальные протесты внутри страны</li> </ul>
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минимальные ограничения для иностранных инвестиций</li> </ul>	
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Членство в G8, G20, ВТО и OECD.</li> <li>• Взаимовыгодные торгово-партнерские отношения с США</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Жесткая ценовая конкуренция</li> </ul>
<b>Польша</b>		
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Один из крупнейших рынков в Центральной и Восточной Европе.</li> <li>• Рост располагаемых доходов населения и высокий уровень урбанизации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сильное расслоение общества и большая разница в уровнях дохода между разными слоями населения</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Инициативы правительства в области социальной защиты, такие как программа «Семья 500+», обеспечивают дополнительный доход миллионам семей.</li> <li>• В 2020 г. минимальная зарплата увеличена на 15,6%, а в 2021 г. запланировано дальнейшее ее повышение</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спор с ЕС по вопросам верховенства европейского права над польским</li> </ul>
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вступление Польши в ЕС способствовало повышению эффективности и прозрачности ее законодательства</li> </ul>	<p>Высокий уровень уклонения от налогов</p>

Продолжение табл. 7.

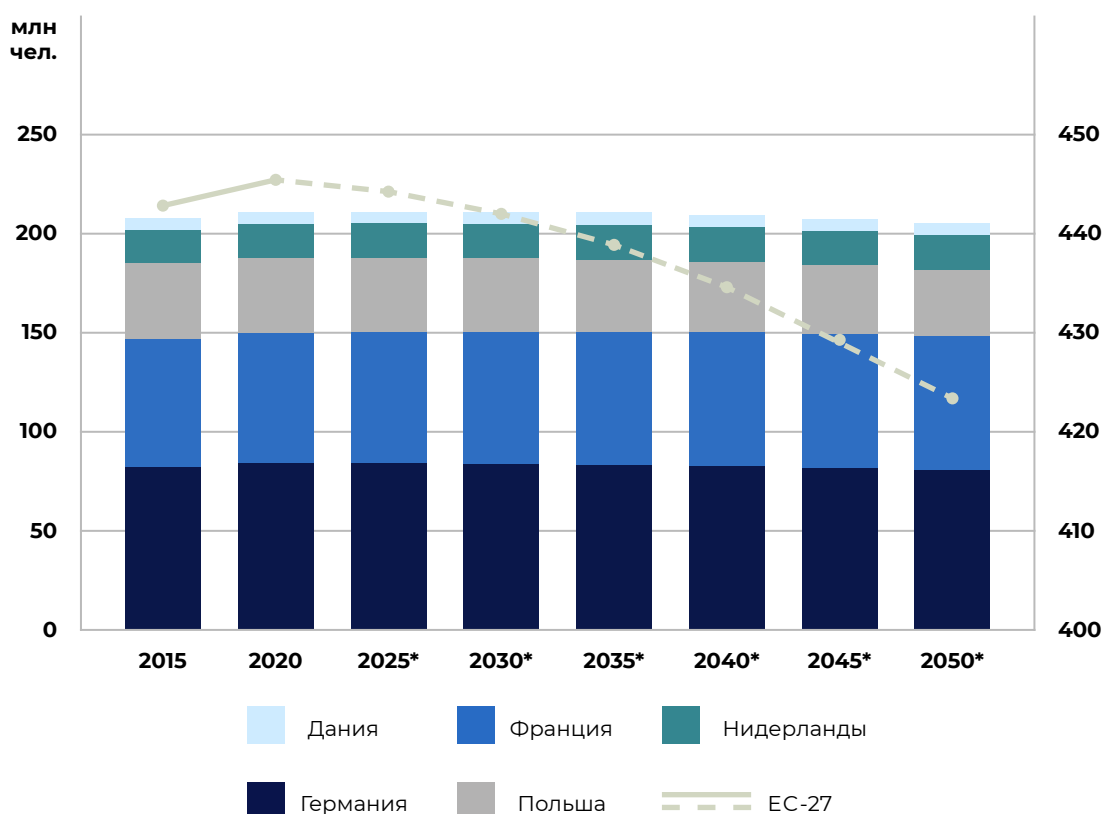
	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Активная торговля с большинством стран.</li> <li>• Участие страны в международных торговых организациях, с рядом стран заключены соглашения о свободной торговле.</li> <li>• В Польше возможна перевалка грузов из других стран ЕС</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокие нетарифные барьеры на многие группы товаров</li> </ul>
<b>Нидерланды</b>		
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стабильный политический и макроэкономический климат.</li> <li>• Высокоразвитый финансовый сектор.</li> <li>• Стратегическое географическое положение.</li> <li>• Квалифицированные и высокопроизводительные трудовые ресурсы.</li> <li>• Развитая инфраструктура</li> </ul>	Старение населения
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Либеральная политика в отношении прямых иностранных инвестиций</li> </ul>	Риск политической нестабильности усилился после отставки в 2020 г. правоцентристского правительства во главе с премьер-министром Марком Рютте и мартовских выборов, которые, привели к формированию сильно фрагментированного парламента
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прозрачная налоговая политика делает долгосрочные налоговые обязательства инвесторов предсказуемыми</li> </ul>	
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Важный транспортно-логистический хаб.</li> <li>• Крупный импортер и экспортер сельскохозяйственной продукции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокая ценовая конкуренция.</li> <li>• Значительные импортные пошлины</li> </ul>

## 1.4. Демографические тенденции

В 2020 г. общая численность населения ЕС достигла 445,3 млн человек. За период 2015–2020 гг. среднегодовой рост населения региона составил 0,6%. Сокращение темпов естественного прироста и старение населения являются одной из самых острых проблем ЕС. В большинстве стран наблюдается низкий уровень рождаемости, и прирост населения происходит в основном за счет миграции. Также некоторый эффект обеспечивает демографическая политика, стимулирующая рождаемость путем предоставления различных социальных льгот.

Проблема старения населения и низкого уровня рождаемости наиболее актуальна для самых развитых стран. Это обусловлено двумя группами причин. Во-первых, с ростом доходов и уровня образованности населения, а также экономическим развитием страны в целом, увеличивается средний детородный возраст, а часть людей осознанно выбирает бездетность с целью построения карьеры и личностного развития. Во-вторых, большинство жителей развитых стран беспокоит удорожание воспитания и обучения детей.

Рис. 8. Общая численность населения стран ЕС, прогноз до 2050 г., млн человек

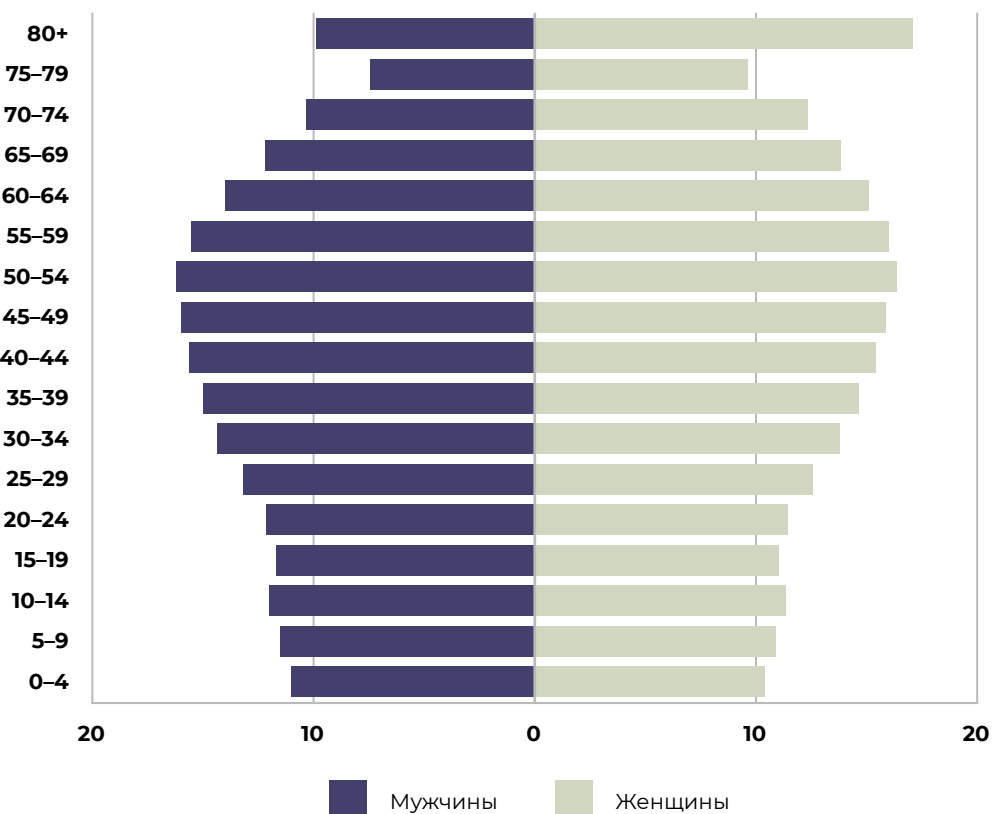


Источник: ООН

Примечание. \*прогноз.

В настоящее время более 25% населения стран ЕС моложе 25 лет и примерно 21% старше 65 лет. Трудоспособное население составляет около 64% от общего числа жителей, но при этом значительная его часть находится в предпенсионном возрасте, что в дальнейшем отразится на рынке труда и создаст дополнительное давление на сектор здравоохранения и пенсионную систему.

Рис. 9. Население ЕС по полу и возрасту, 2020 г., млн чел.



Источник: ООН





## **1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок**

В 27 государствах ЕС проживает примерно 445 млн человек. Важнейший фактор для развития экономики региона — единый рынок, который способствует свободному передвижению товаров, услуг и финансовых средств.

Ввиду традиционно активной внешнеторговой деятельности стран ЕС, потребители открыты к импортным продуктам питания и напиткам. Тенденции спроса имеют различия в разных странах и особенно регионах союза, но можно выделить и общие черты. Например, большинство европейцев очень внимательно относится к своему здоровью, поэтому при выборе продукции приоритетными критериями являются ее качество и способ производства. В частности, растет спрос на экологически чистую и органическую продукцию. Несмотря на высокий уровень доходов, большинство европейцев очень чувствительны к цене, но и готовы платить больше за качественные продукты.

Пандемия нанесла значительный урон экономике ЕС, а перебои в цепочках поставок сильно отразились на рынке. Так, в секторе общественного питания спрос сократился, а в розничной торговле пищевыми и сельскохозяйственными продуктами — вырос. В период карантинных ограничений потребители не только тратили больше денег на продукты питания, чтобы создать запасы на случай чрезвычайной ситуации, но и стали более осознанно совершать покупки с учетом пользы для здоровья. Также увеличился спрос на продукцию с длительными сроками хранения. Сильно пострадал в период ограничений на передвижения туристический сектор. В настоящее время страны ЕС добились заметного прогресса в вакцинации населения, что, согласно прогнозам, положительно скажется на общей экономической ситуации и позволит вывести экономику союза из кризиса.

В целом ближайшие перспективы социально-экономического развития стран ЕС остаются неопределенными в связи с возобновившимся ростом числа заболеваний COVID-19 в мире и связанными с этим дополнительными логистическими издержками и давлением как на мировую промышленность в целом, так и на отдельные отрасли стран ЕС. С другой стороны, в связи с успехами вакцинации населения в ЕС и развитой системой здравоохранения, правительства стран союза не стали повторно вводить жесткие ограничительные меры, что способствовало устойчивости потребительского спроса. Наряду с активной государственной поддержкой социально-экономических сфер, восстановлением объемов экспорта, именно потребительский спрос будет одним из главных драйверов роста экономики стран ЕС в ближайшие годы.

# Обзор рынка

---



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

ЕС является крупнейшим в мире потребителем филе минтая, причем существующий спрос обеспечивается на 100% за счет импортных поставок. Согласно данным EUMOFA, минтай является вторым по объему переработки видом рыбы в ЕС после атлантической трески. От 86 до 90% минтая (в натуральном выражении) импортируется в виде замороженного филе. Основными импортерами среди стран ЕС являются Германия, Франция, Польша и Нидерланды. Крупнейшие поставщики замороженного минтая — Китай (продукция вторичной заморозки<sup>1</sup> из российской рыбы), а также страны с наибольшим объемом вылова в границах исключительной экономической зоны — США и Россия, которые экспортируют продукцию первичной (морской) заморозки. Филе минтая в основном используется в перерабатывающей промышленности для производства рыбного филе в кляре, рыбных палочек, сурими и готовых к употреблению замороженных блюд.

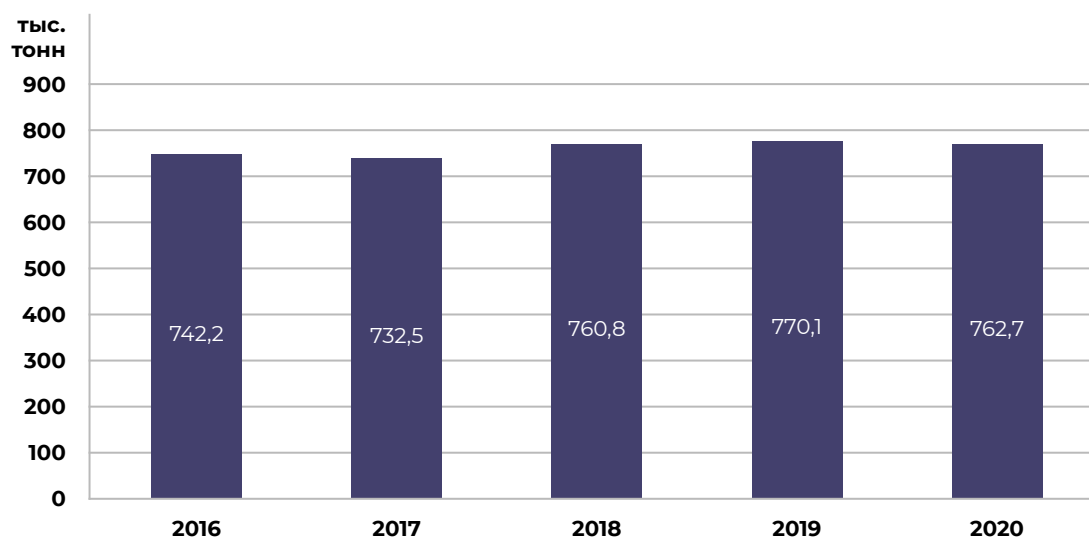
В 2020 г. потребление минтая в странах ЕС составило 762,7 тыс. тонн в эквиваленте живого веса. Объем потребления в натуральном выражении снизился на 1,0% относительно уровня предыдущего года, что во многом обусловлено проблемами с логистикой вследствие ограничений во время пандемии COVID-19.

Минтай — наиболее доступная на европейском рынке дикая белая рыба. История потребления продукции из минтая в ЕС насчитывает более 30 лет. На протяжении последних пяти лет структура импорта и потребления минтая в основном определялись объемами добычи этой рыбы в США и России. Близкими аналогами минтая на рынке ЕС можно считать другие виды рыбы тресковых пород — треску, пикшу, хека, — однако соответствующие виды филе находятся в более высокой ценовой категории и не поставляются в больших объемах в виде мороженых блоков (полуфабрикатов) для дальнейшей переработки.

---

<sup>1</sup> Филе однократной заморозки имеет более высокую репутацию, чем продукция, полученная с использованием двукратной заморозки, хотя различия в качестве между ними формально не обоснованы.

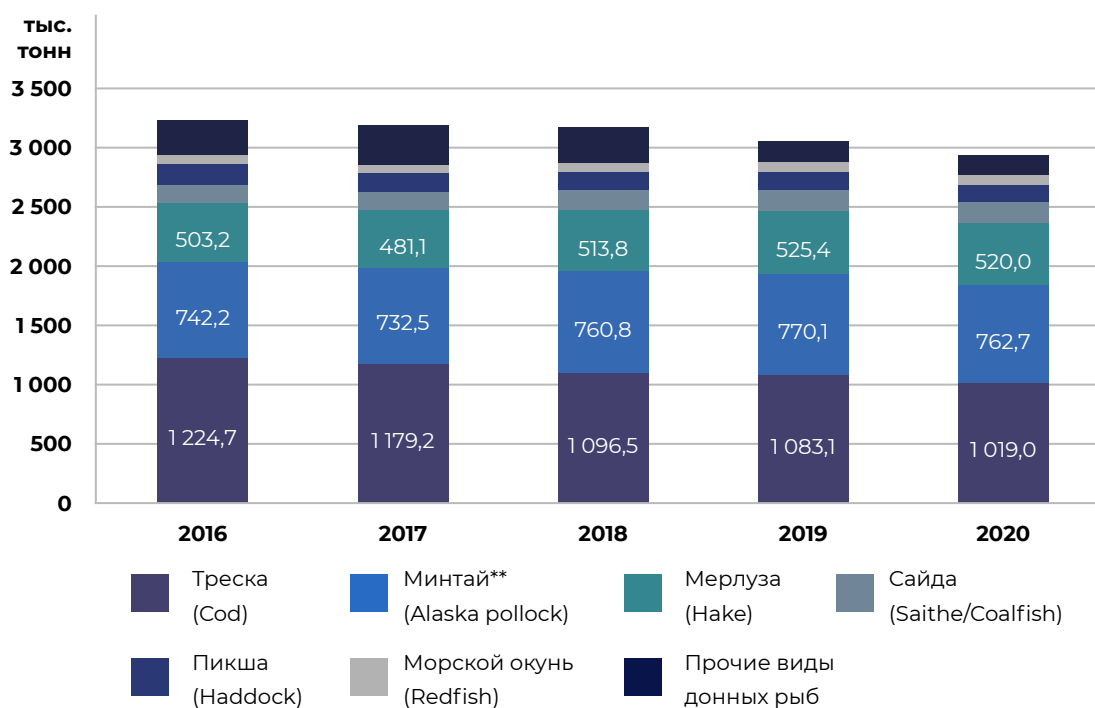
Рис. 10. Объем потребления\* минтая в ЕС в форме филе в натуральном выражении, 2016–2020 гг., тыс. тонн



Источник: EUROSTAT, EUMOFA

Примечание. \*потребление определено путем пересчета чистого веса в эквивалент живого веса с использованием утвержденного EUMOFA коэффициента.

Рис. 11. Структура потребления\* донной рыбы в ЕС по видам, 2016–2020 гг., тыс. тонн



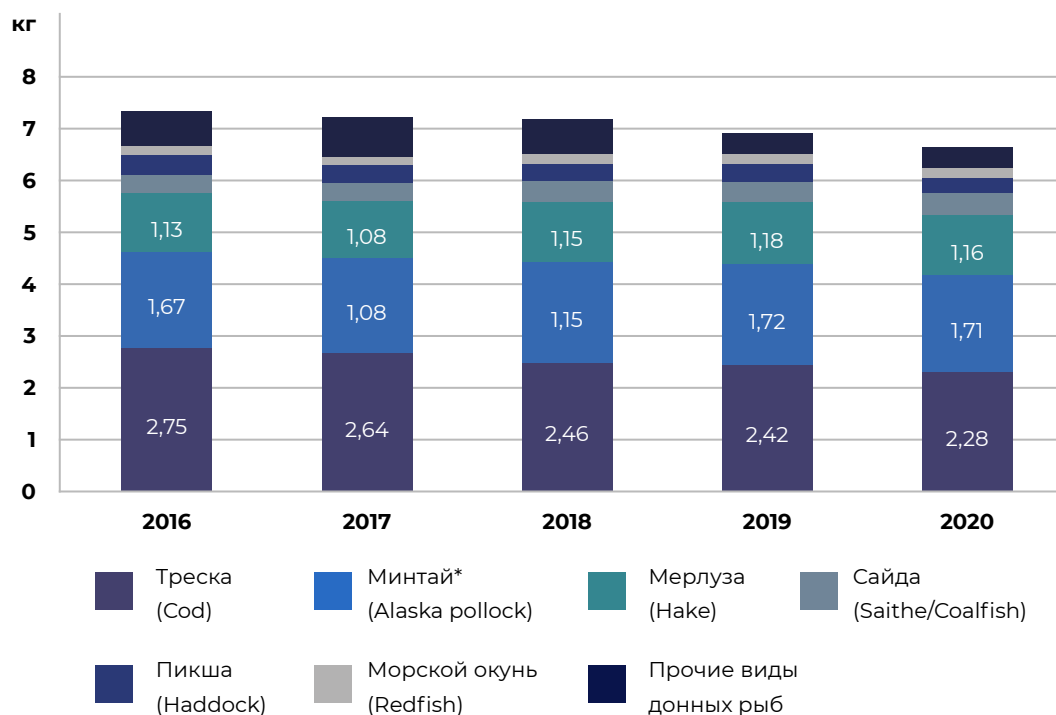
Источник: EUROSTAT, EUMOFA, ITC Trade Map

Примечание. \*потребление определено путем пересчета чистого веса в эквивалент живого веса с использованием утвержденного EUMOFA коэффициента.

\*\*из расчета филе минтая.

В 2020 г. среди основных видов донных (демерсальных) рыб минтай занимал второе место по объему потребления с показателем 1,71 кг на душу населения.

Рис. 12. Структура потребления на душу населения в ЕС по видам донной рыбы, 2020 г., кг

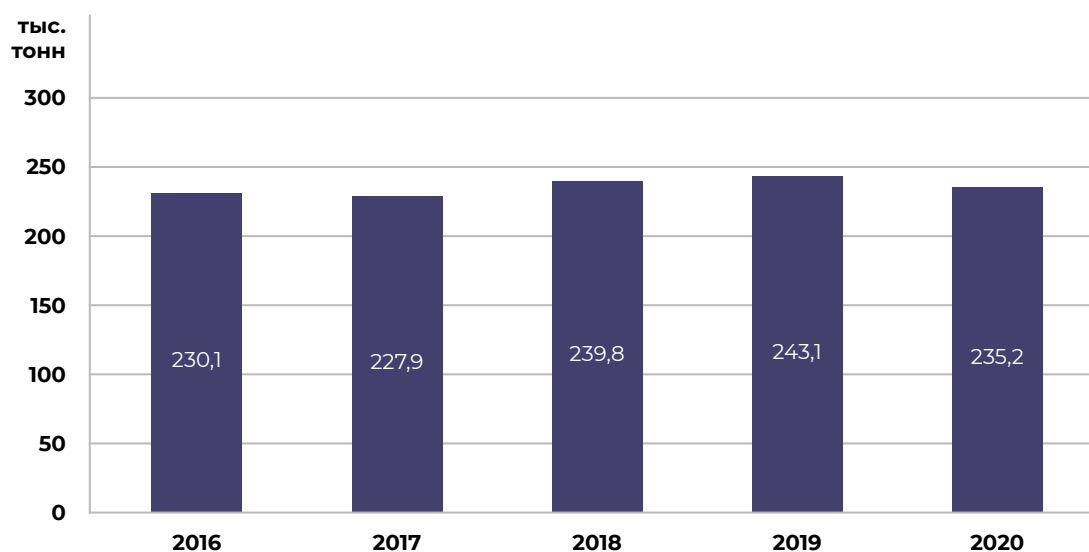


Источник: EUROSTAT, EUMOFA

Примечание. \*из расчета филе минтая.

Поскольку спрос на замороженное филе минтая в странах ЕС обеспечивается исключительно за счет импортных поставок, фактический объем потребления соответствует чистому объему импорта (разнице объемов импорта и реэкспорта). По итогам 2020 г. объем потребления замороженного филе минтая в странах ЕС составил 235,2 тыс. тонн.

Рис. 13. Объем потребления мороженого филе минтая в ЕС, 2016–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 030475.

Большая часть замороженного филе минтая импортируется из Китая, США и России. Доли ключевых поставщиков минтая в отдельные страны ЕС различаются. Например, в импорте данного вида продукции Германии доля Китая составляет 50,7%, Франции — 32,1%, Польши — 54,6%, Нидерландов — 23,8%, Дании — 2,6%. Россия поставляет большую часть добытого минтая в Китай в виде потрошеной замороженной рыбы, поскольку не располагает достаточными собственными мощностями для ее переработки в филе. В импорте замороженного филе минтая Германии доля России составляет 14,7%, Франции — 13,6%, Польши — 21,5%, Нидерландов — 2,2%. США являются основным поставщиком замороженного филе минтая в Данию (96,3%) и Нидерланды (61,7%).

Следует отметить, что основной объем ввозимого в ЕС филе минтая поступает на предприятия перерабатывающего комплекса в Бремерхафене (Германия).

Лидерами по потреблению филе минтая на душу населения в ЕС являются Германия, Дания и Польша — в 2020 г. данный показатель в этих странах составил 1,3, 1,2 и 1,0 кг соответственно.

Табл. 8. Потребление мороженого филе минтая на душу населения в ЕС по странам, 2016–2020 гг., кг

Страна	2016	2017	2018	2019	2020
Германия	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3
Дания	0,8	0,9	1,2	1,4	1,2
Польша	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0
Франция	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7
Нидерланды	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3

Источник: EUROSTAT, EUMOFA, ITC Trade Map

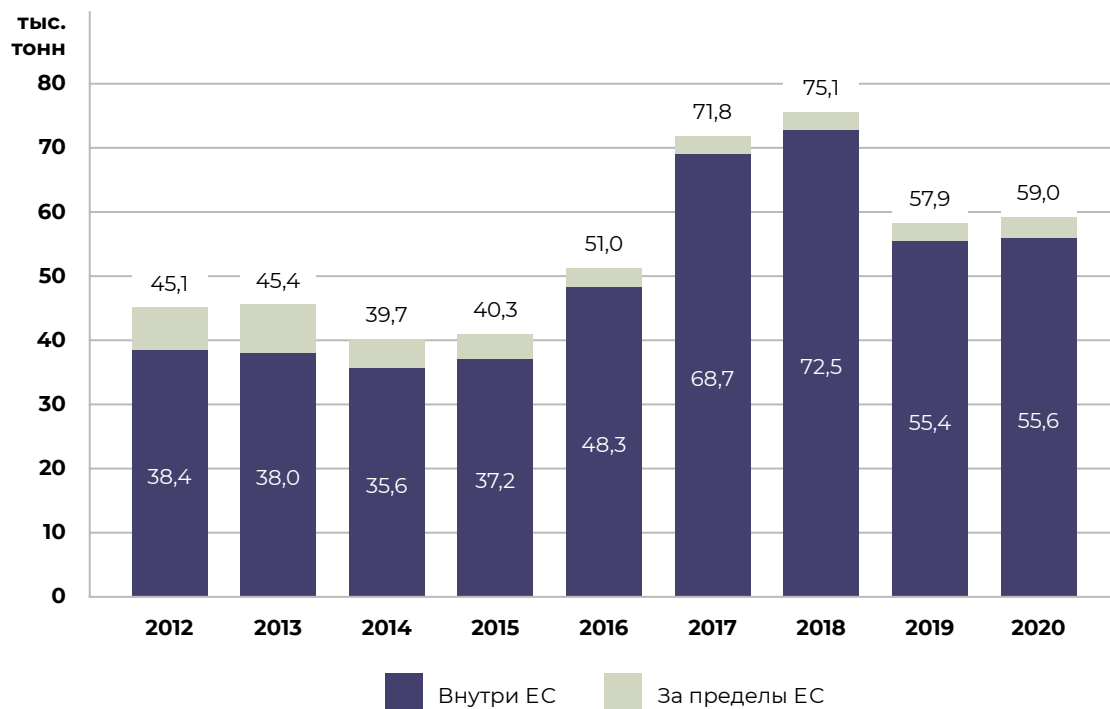
## Экспорт

В 2020 г. экспорт (преимущественно — реэкспорт) замороженного филе минтая из стран ЕС составил 59,0 тыс. тонн на сумму 219,7 млн долл. США. За 2012–2020 гг. объем этих поставок увеличился на 30,9% в натуральном выражении и на 45,6% в стоимостном. Однако на протяжении всего указанного периода объем экспорта замороженного филе минтая за пределы ЕС был незначителен. Так, в 2020 г. было вывезено 3,4 тыс. тонн на сумму 12,9 млн долл. США, что в общем экспорте составляло лишь 5,9 и 5,8% соответственно. Таким образом, экспорт замороженного филе минтая из стран ЕС в основном имеет характер дистрибуции импортируемой продукции внутри еврозоны.





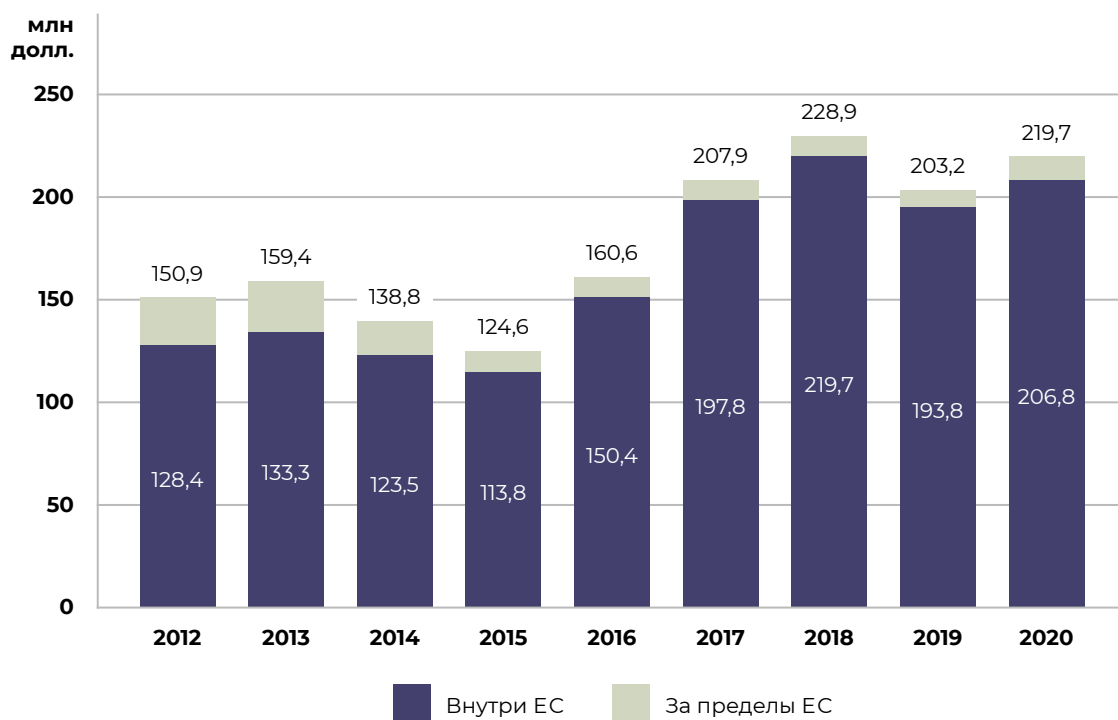
Рис. 14. Экспорт мороженого филе минтая стран ЕС в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 030475.

Рис. 15. Экспорт мороженого филе минтая стран ЕС в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 030475.

Более половины общего объема экспортных поставок в натуральном и стоимостном выражении осуществляется из Германии, которая в 2020 г. вывезла 29,9 тыс. тонн замороженного филе минтая на сумму 113,5 млн долл. США. Далее следуют Нидерланды, Польша, Франция и Бельгия. На долю первой пятерки стран приходится около 95% всех экспортных и реэкспортных поставок.

## Импорт

Страны ЕС импортируют около 300 тыс. тонн замороженного филе минтая в год. В 2020 г. объем импорта данной продукции составил 294,2 тыс. тонн на сумму 1 013,7 млн долл. США. По сравнению с 2012 г. объемы импорта снизились на 5,6% в натуральном выражении, но увеличились на 7,4% в стоимостном. Относительно 2019 г. импорт сократился на 2,3% в натуральном выражении и вырос на 5,3% в стоимостном.

Рис. 16. Импорт замороженного филе минтая ЕС в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 030475.

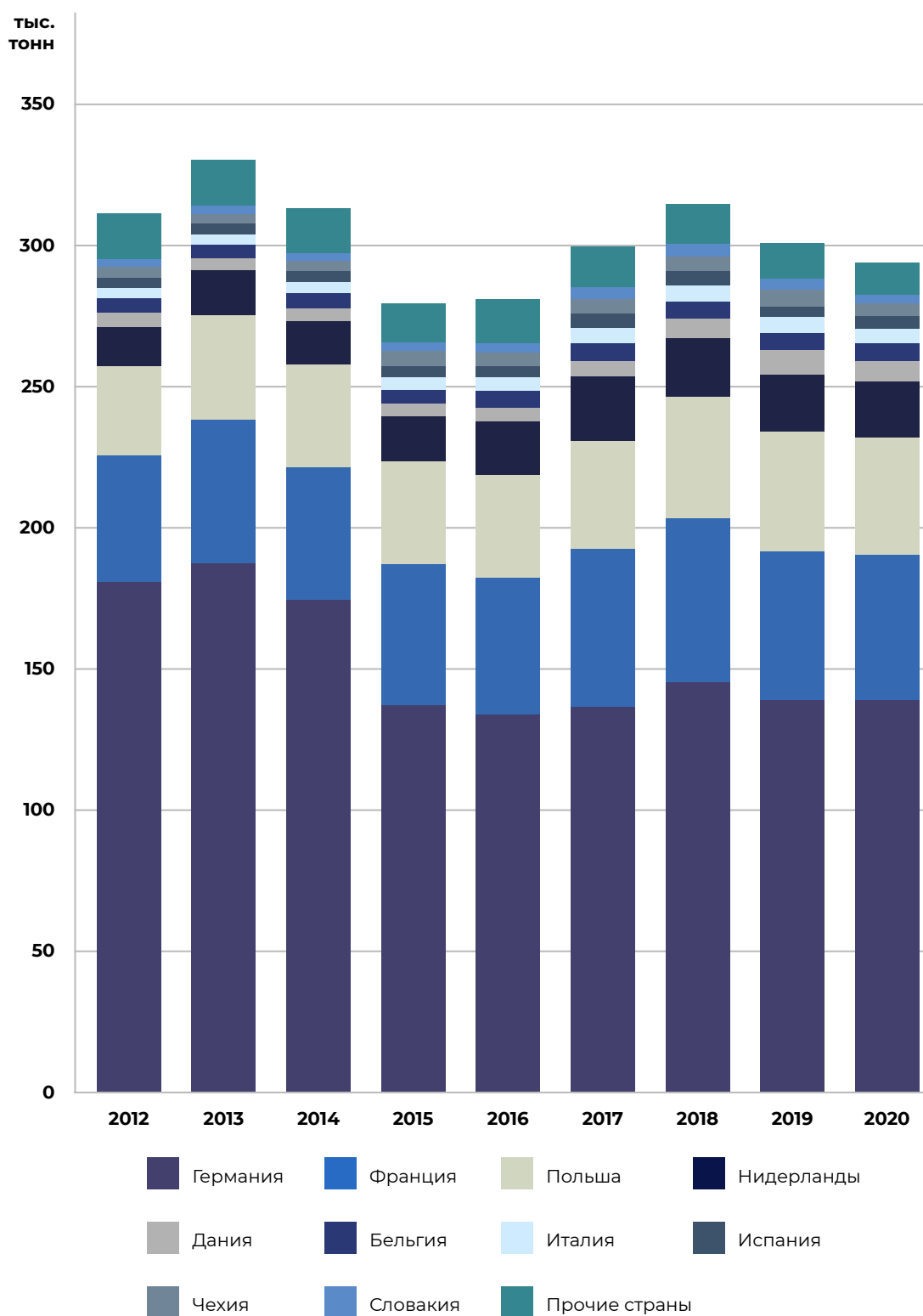
Основной страной-импортером замороженного филе минтая среди стран ЕС является Германия, на долю которой в 2020 г. пришлось 47,2% импорта ЕС в натуральном выражении, что составило 138,9 тыс. тонн. Далее следуют Франция, Польша, Нидерланды и Дания, доли которых в 2020 г. составили 17,6, 14,1, 6,8 и 2,4% соответственно.

Табл. 9. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-импортерам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Импортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	180,8	187,5	174,6	137,3	133,8	136,6	145,4	139,0	138,9	47,2
2	Франция	45,0	50,9	46,9	49,9	48,5	56,1	58,1	52,8	51,7	17,6
3	Польша	31,6	36,9	36,4	36,4	36,7	38,0	42,9	42,2	41,4	14,1
4	Нидерланды	13,8	16,1	15,6	16,1	18,9	22,9	20,9	20,4	20,0	6,8
5	Дания	5,0	4,2	4,4	4,3	4,8	5,7	7,0	8,7	7,2	2,4
6	Бельгия	5,3	4,9	5,3	5,0	5,9	6,1	6,0	6,1	6,3	2,1
7	Италия	3,5	3,6	4,1	4,3	4,8	5,5	5,6	5,5	5,1	1,7
8	Испания	3,7	3,8	3,9	4,1	4,0	5,1	5,2	3,8	4,5	1,5
9	Чехия	3,8	3,4	3,6	5,2	4,7	5,2	5,1	5,9	4,4	1,5
10	Словакия	3,0	3,0	2,6	3,3	3,4	4,1	4,4	3,9	3,3	1,1
	Прочие страны	16,0	16,3	15,9	13,7	15,7	14,5	14,4	12,7	11,4	3,9
	<b>Итого</b>	<b>311,7</b>	<b>330,7</b>	<b>313,4</b>	<b>279,5</b>	<b>281,1</b>	<b>299,7</b>	<b>314,9</b>	<b>301,0</b>	<b>294,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Рис. 17. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-импортерам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

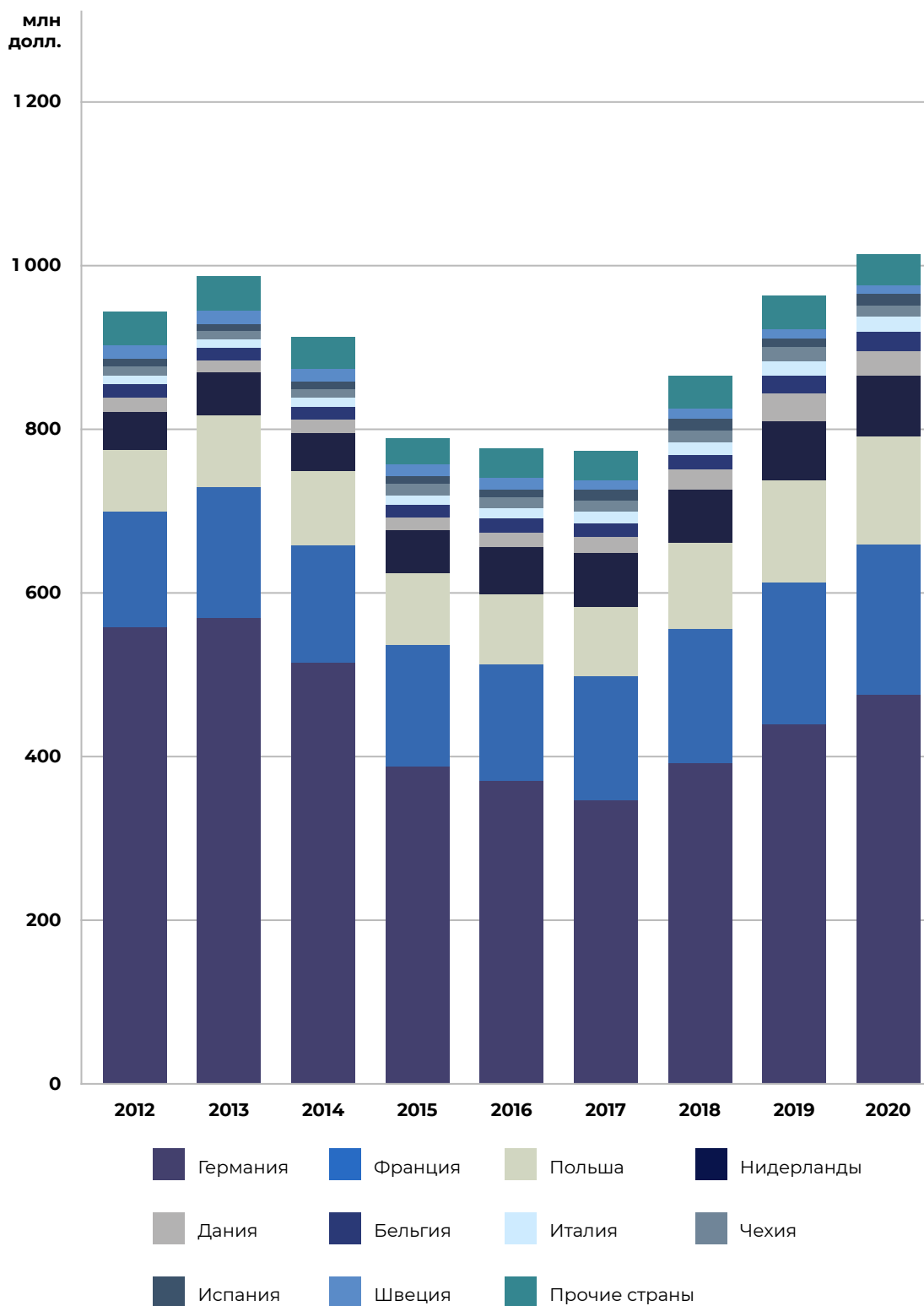
В стоимостном выражении импорт замороженного филе минтая Германии в 2020 г. составил 475,0 млн долл. США, Франции — 184,3 млн долл. США и Польши — 131,7 млн долл. США. На долю первой пятерки стран пришлось 88,3% импорта всего ЕС. Наибольшие темпы роста по отношению к прошлому году показали Германия, Испания и Бельгия. В Чехии и Дании наблюдалось снижение объемов импорта на 17,9 и 12,6% соответственно.

Табл. 10. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-импортерам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Импортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	558,0	569,1	513,8	387,2	370,2	345,9	391,5	439,0	475,0	46,9
2	Франция	140,8	159,7	144,1	148,6	141,5	152,2	163,7	173,3	184,3	18,2
3	Польша	75,2	87,4	90,5	88,3	85,9	84,3	106,2	125,1	131,7	13,0
4	Нидерланды	46,8	52,8	46,9	52,1	58,7	66,4	64,4	72,0	74,3	7,3
5	Дания	17,4	15,2	15,5	15,5	17,1	18,9	24,3	34,2	29,9	2,9
6	Бельгия	16,5	15,1	15,8	15,5	17,2	16,6	17,7	21,3	23,1	2,3
7	Италия	10,3	10,3	11,6	11,2	13,1	14,7	15,7	17,4	18,6	1,8
8	Чехия	11,4	9,7	10,4	14,5	12,7	13,7	14,2	17,6	14,4	1,4
9	Испания	9,0	9,2	9,6	10,0	9,5	12,4	15,1	10,9	14,0	1,4
10	Швеция	16,6	15,9	14,6	13,6	14,5	12,1	12,0	11,3	10,3	1,0
	Прочие страны	42,1	42,0	39,2	32,6	35,8	35,8	40,6	40,4	38,0	3,7
	<b>Итого</b>	<b>943,9</b>	<b>986,2</b>	<b>912,0</b>	<b>789,1</b>	<b>776,1</b>	<b>772,9</b>	<b>865,4</b>	<b>962,5</b>	<b>1 013,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Рис. 18. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-импортерам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Самым крупным поставщиком замороженного филе минтая в страны ЕС является Китай, доля которого в 2020 г. составила 43,2% в натуральном выражении и 39,7% в стоимостном (127,2 тыс. тонн на сумму 402,9 млн долл. США). Второе место по объему поставок как в натуральном, так и в стоимостном выражении занимают США. С 2012 г. ЕС снизил объемы закупок замороженного филе минтая из США на 15,3% в натуральном выражении и на 5,5% в стоимостном. Россия занимает третье место по объему поставок замороженного филе минтая в страны ЕС. В 2020 г. из России на рынок ЕС было поставлено 39,4 тыс. тонн продукции на сумму 136,4 млн долл. США.

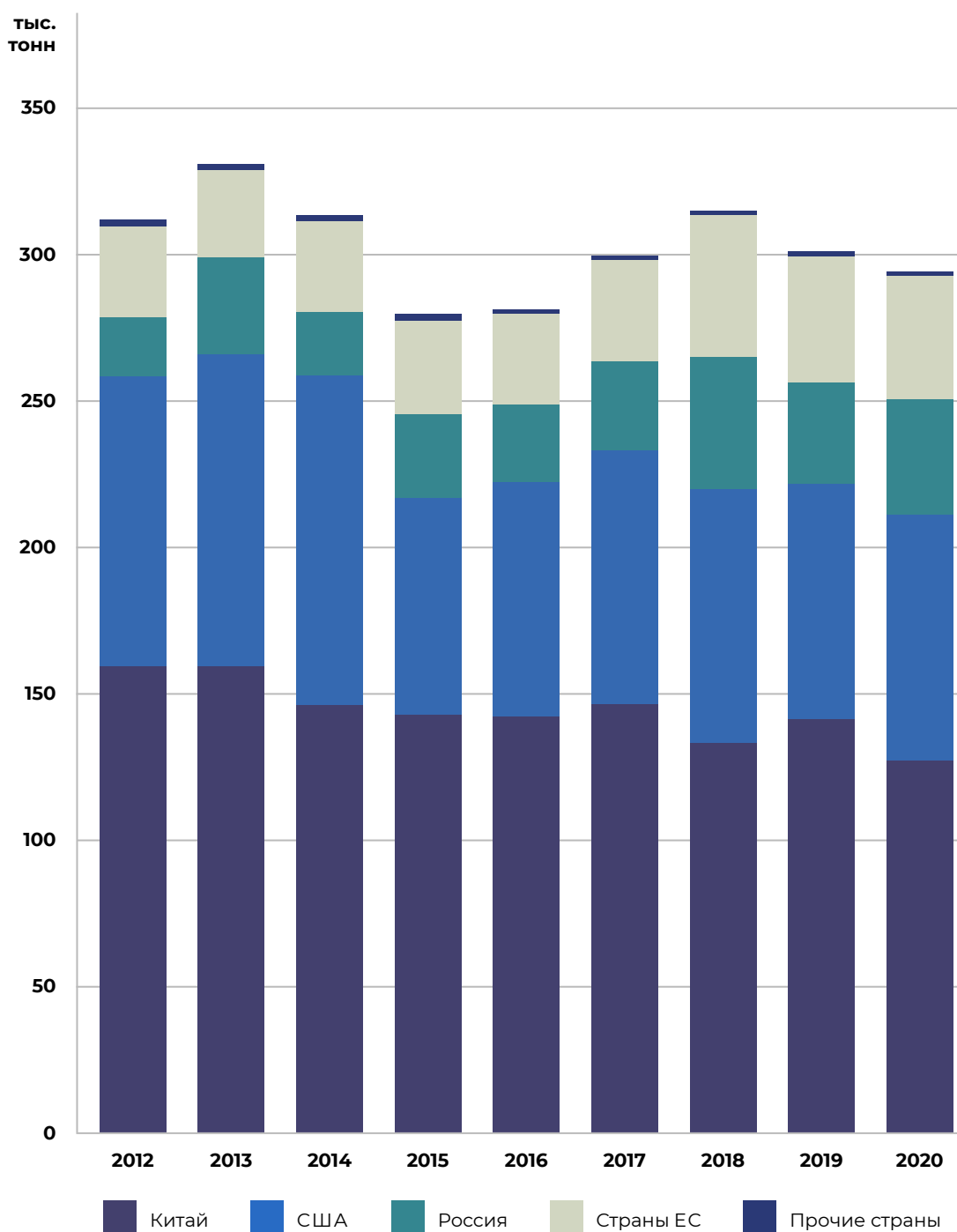
Табл. 11. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-поставщикам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Китай	159,2	159,2	145,9	142,6	142,2	146,2	133,2	141,1	127,2	43,2
2	США	99,0	106,7	112,5	74,0	79,8	86,8	86,4	80,4	83,8	28,5
3	Россия	20,4	32,9	21,9	28,6	26,5	30,3	45,4	34,8	39,4	13,4
4	Страны ЕС	30,9	30,0	30,8	32,1	31,2	34,6	48,4	42,9	42,1	14,3
5	Прочие страны	2,2	1,9	2,3	2,2	1,4	1,8	1,5	1,8	1,7	0,6
	<b>Итого</b>	<b>311,7</b>	<b>330,7</b>	<b>313,4</b>	<b>279,5</b>	<b>281,1</b>	<b>299,7</b>	<b>314,9</b>	<b>301,0</b>	<b>294,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Поставщики, зарегистрированные в Великобритании, Вьетнаме, Республике Корея и ряде других стран, как правило, реэкспортируют филе минтая, закупленное в Китае, США или России.

Рис. 19. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-поставщикам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Поставщики, зарегистрированные в Великобритании, Вьетнаме, Республике Корея и ряде других стран, как правило, реэкспортируют филе минтая, закупленное в Китае, США или России.



Табл. 12. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-поставщикам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Китай	448,0	432,9	388,8	370,7	355,9	343,9	327,8	414,2	402,9	39,7
2	США	320,1	344,9	348,2	222,5	235,3	231,7	245,9	275,2	302,4	29,8
3	Россия	63,1	98,5	63,7	84,4	73,5	77,7	124,4	116,2	136,4	13,5
4	Страны ЕС	104,7	103,8	103,7	104,7	106,7	114,9	162,3	150,8	164,8	16,3
5	Прочие страны	7,9	6,0	7,6	6,8	4,8	4,6	5,0	6,2	7,2	0,7
	<b>Итого</b>	<b>943,9</b>	<b>986,2</b>	<b>912,0</b>	<b>789,1</b>	<b>776,1</b>	<b>772,9</b>	<b>865,4</b>	<b>962,5</b>	<b>1 013,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Поставщики, зарегистрированные в Великобритании, Вьетнаме, Республике Корея и ряде других стран, как правило, реэкспортируют филе минтая, закупленное в Китае, США или России.

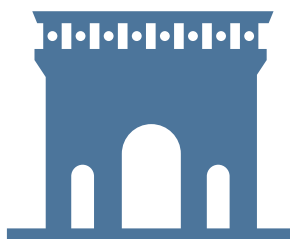
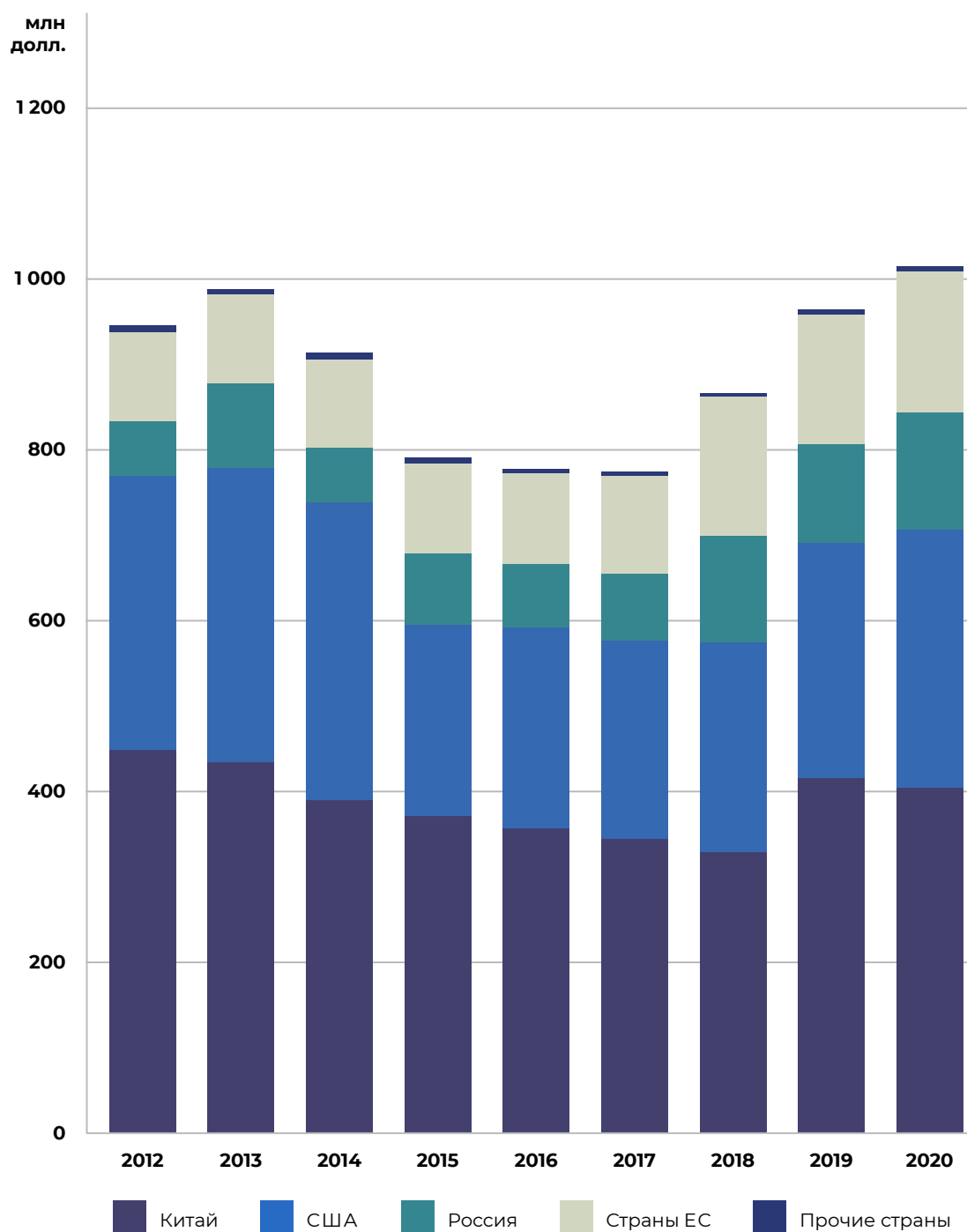


Рис. 20. Структура импорта мороженого филе минтая ЕС по странам-поставщикам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

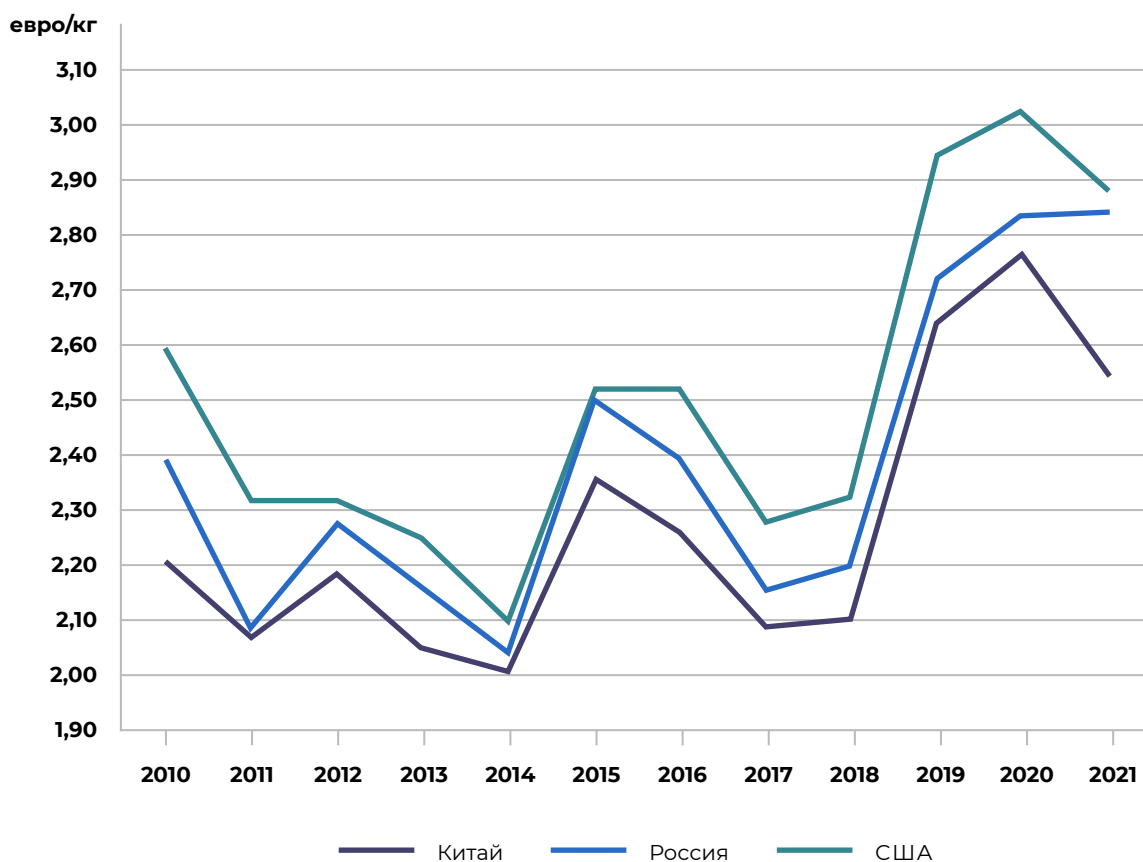


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Поставщики, зарегистрированные в Великобритании, Вьетнаме, Республике Корея и ряде других стран, как правило, реэкспортируют филе минтая, закупленное в Китае, США или России.

Согласно данным EUMOFA, среди основных поставщиков филе минтая самая высокая цена в 2020 г. отмечалась на продукцию первичной (морской) заморозки из США (3,03 евро/кг), что связано с ее высоким качеством и MSC-сертификацией<sup>2</sup>. Филе минтая из Китая имеет самую низкую цену (2,76 евро/кг), так как в основном является продукцией вторичной заморозки на основе российского сырья. Цена российской продукции первичной заморозки составляла около 2,83 евро/кг.

Рис. 21. Средние импортные цены на мороженое филе минтая по странам-поставщикам в ЕС и Великобританию, 2010-2021 гг., евро/кг



Источник: EUMOFA

<sup>2</sup> Морской попечительский совет (MSC) реализует программу добровольной сертификации с целью поддержания воспроизводства рыбных запасов планеты. Маркировка MSC — это конкурентное преимущество на рынке и знак того, что продукция выловлена и переработана в соответствии с требуемыми экологическими стандартами.

## Импорт из России

Россия сумела нарастить поставки замороженного филе минтая в ЕС с 20,4 тыс. тонн в 2012 г. до 39,4 тыс. тонн в 2020 г. Таким образом, среднегодовой темп роста составил 8,6%.

Рис. 22. Экспорт мороженого филе минтая России в страны ЕС в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ФТС России

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 030475.

Основными импортерами российского замороженного филе минтая в ЕС являются Германия, Польша и Франция. В 2020 г. в эти страны было ввезено 20,5 тыс., 8,9 тыс. и 7,0 тыс. тонн продукции соответственно. На долю трех основных импортеров пришлось более 90% российских поставок замороженного филе минтая как в натуральном, так и в стоимостном выражении.



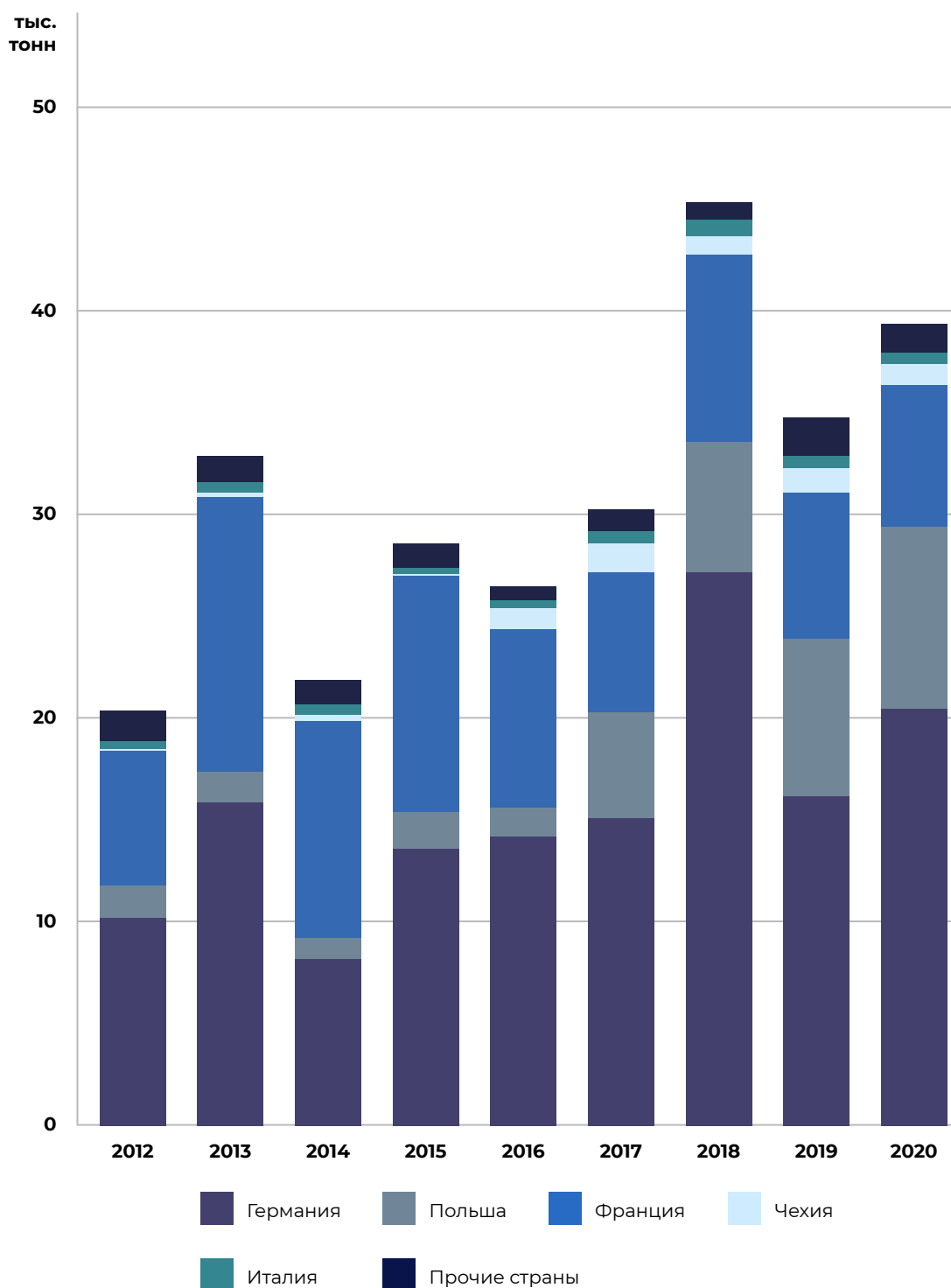
Табл. 13. Структура российского экспорта замороженного филе минтая в страны ЕС в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Импортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	10,2	15,9	8,2	13,6	14,2	15,1	27,2	16,2	20,5	52,0
2	Польша	1,6	1,5	1,0	1,8	1,4	5,2	6,4	7,7	8,9	22,6
3	Франция	6,6	13,5	10,7	11,6	8,8	6,9	9,2	7,2	7,0	17,8
4	Чехия	0,1	0,2	0,3	0,1	1,0	1,4	0,9	1,2	1,0	2,5
5	Италия	0,4	0,5	0,5	0,3	0,4	0,6	0,8	0,6	0,6	1,5
	Прочие страны	1,5	1,3	1,2	1,2	0,7	1,1	0,9	1,9	1,4	3,6
	<b>Итого</b>	<b>20,4</b>	<b>32,9</b>	<b>21,9</b>	<b>28,6</b>	<b>26,5</b>	<b>30,3</b>	<b>45,4</b>	<b>34,8</b>	<b>39,4</b>	<b>100,0</b>

Источник: ФТС России



Рис. 23. Структура российского экспорта замороженного филе минтая в страны ЕС в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ФТС России

Табл. 14. Структура российского экспорта замороженного филе минтая в страны ЕС в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Импортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Германия	31,6	47,3	23,9	41,2	39,3	38,7	74,3	54,8	70,7	51,8
2	Польша	4,8	4,6	3,2	5,6	4,4	13,9	17,9	25,6	30,8	22,6
3	Франция	20,5	40,7	30,7	33,0	24,2	17,2	25,3	24,0	24,6	18,0
4	Чехия	0,3	0,6	0,8	0,2	2,6	3,5	2,2	3,7	3,3	2,4
5	Италия	1,2	1,6	1,5	1,0	1,3	1,7	2,1	2,0	2,2	1,6
	Прочие страны	4,7	3,7	3,6	3,4	1,7	2,7	2,6	6,1	4,8	3,5
	<b>Итого</b>	<b>63,1</b>	<b>98,5</b>	<b>63,7</b>	<b>84,4</b>	<b>73,5</b>	<b>77,7</b>	<b>124,4</b>	<b>116,2</b>	<b>136,4</b>	<b>100,0</b>

Источник: ФТС России

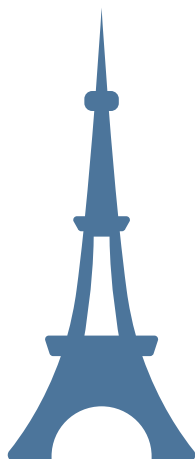
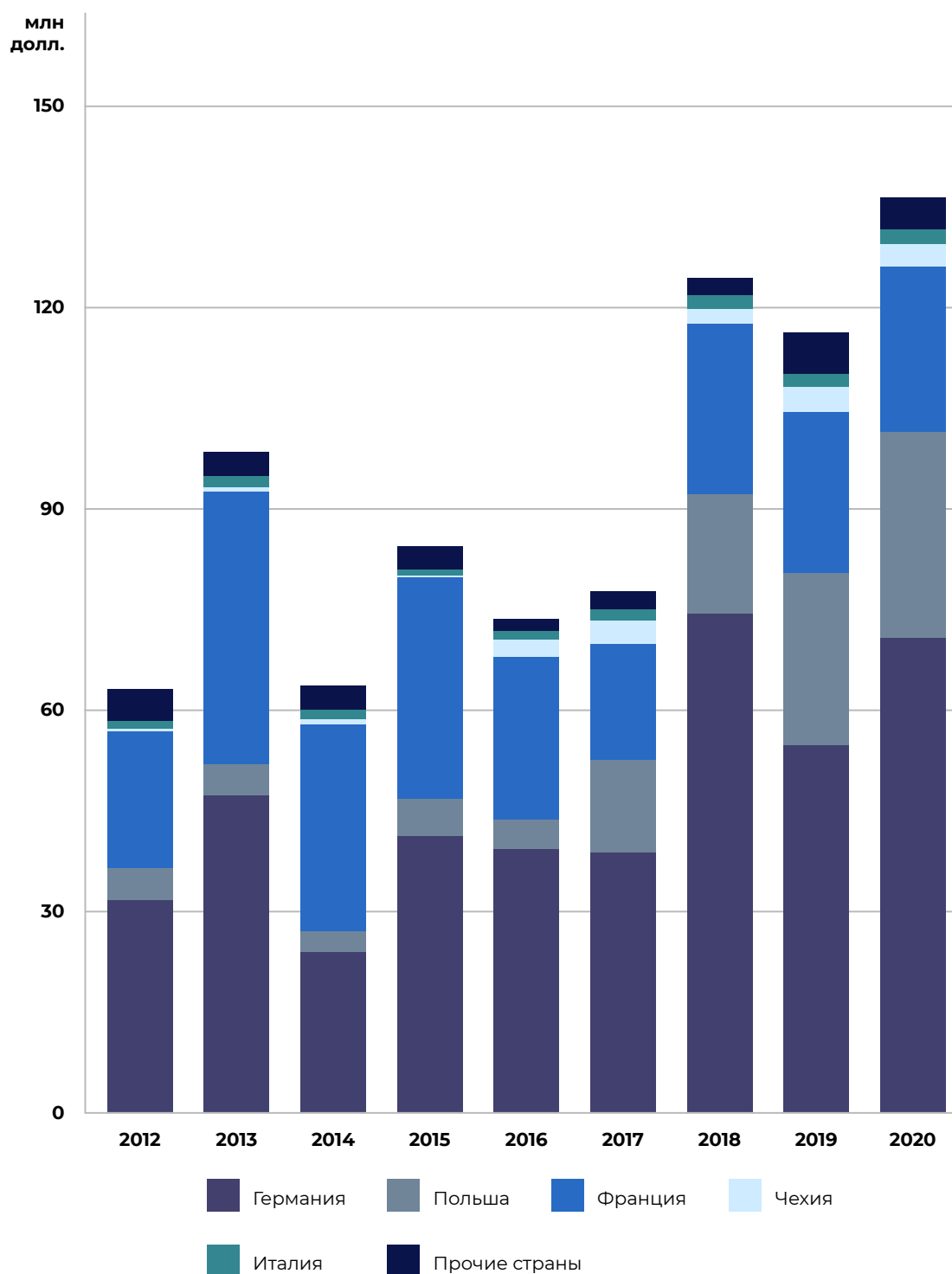


Рис. 24. Структура российского экспорта замороженного филе минтая в страны ЕС в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ФТС России



Табл. 15. Основные страны-поставщики мороженого филе минтая на рынок ЕС в 2020 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
1	Китай	43,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Китай является мировым лидером по экспорту рыбы и морепродуктов, в 2020 г. общий объем поставок составил 141,6 млрд долл. США.</li> <li>• Страна занимает первое место по объемам поставок замороженного филе минтая в ЕС.</li> <li>• Поставляемое из Китая филе минтая является продукцией вторичной заморозки, которая производится из замороженного потрошеного минтая и отличается меньшей ценой по сравнению с филе первичной заморозки из США и России</li> </ul>
2	США	28,5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• США — один из крупнейших производителей филе минтая в мире и занимает второе место по объемам экспорта данной продукции.</li> <li>• Производится и поставляется только филе первичной заморозки.</li> <li>• США — ключевой поставщик высококачественного филе минтая и другой продукции из дикой рыбы на рынок ЕС</li> </ul>
3	Россия	13,4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Россия имеет наибольший потенциал производства и экспорта филе минтая, в том числе, за счет замещения китайского филе вторичной заморозки.</li> <li>• Мощности по производству высококачественного филе первичной заморозки в стране недостаточны для переработки всего объема добываемой рыбы.</li> <li>• В рыбной отрасли реализуется комплексная программа модернизации предприятий по выпуску филе и иной продукции с высокой добавленной стоимостью</li> </ul>

Источник: ITC Trade Map

## 2.2. Потребительские предпочтения

### Панировка делает филе вкуснее

Европейские потребители в основном предпочитают филе в панировке, так как минтай не имеет ярко выраженного вкуса, а панировка из хлебной крошки делает его вкуснее. Также филе минтая жарят на сковороде и подают с овощным гарниром или салатами. Переработанная продукция — это в основном рыбные палочки и полуфабрикаты для быстрого приготовления в духовке. Рыбные палочки с картофелем, овощами или чипсами очень популярны у европейских детей.

### Минтай — доступный вид рыбы для повседневной еды

Минтай относится к доступным по цене видам рыбы и не считается европейцами премиальным продуктом, употребляемым по особым случаям. Это, скорее, повседневная пища с приятным вкусом, которую удобно и легко готовить. Замороженное филе минтая популярнее охлажденных (размороженных) вариантов, поскольку дешевле и имеет больший срок хранения.

### Предпочтение удобным в приготовлении продуктам

Рыба воспринимается как здоровая альтернатива мясу. Однако многие потребители не умеют разделывать и готовить охлажденную или свежую рыбу, или не хотят тратить на это время. Гораздо охотнее они приобретают филе, потому что рыбные продукты без костей готовить проще и быстрее. В Германии, например, предпочтение удобной для употребления рыбной продукции подтверждается данными [Информационного центра рыбной промышленности](#), согласно которым в 2020 г. потребление распределялось по категориям следующим образом: рыбные консервы — 31%, мороженая рыба — 23%, ракообразные и моллюски — 13%, свежая рыба — 12%, копченая рыба — 11%, прочая продукция (соленая и маринованная сельдь, переработанная продукция из лосося) — 8%, рыбные салаты — 2%.

### Внимание здоровью и социальная ответственность

Европейцы уделяют все больше внимания вопросам, связанным с устойчивым развитием, бережным использованием природных ресурсов, прослеживаемостью продуктов питания и их пользой для здоровья. В ЕС действует множество правительственных и частных инициатив, направленных на создание систем оценки продуктов питания для обеспечения правильного, полезного рациона. Кроме того, люди все больше заботятся о том, чтобы в своих потребительских запросах и привычках проявлять экологическую и социальную ответственность. Это касается не только происхождения продукции, но и ее переработки. В частности, покупатели обращают внимание на зоны, способы и условия промысла. Опубликованные в 2018 г. результаты исследования MSC показали, что, например французских потребителей, с одной стороны, все больше привлекает продукция аквакультуры, с другой стороны, они по-прежнему открыты для

покупки дикой рыбы при условии наличия маркировки о соблюдении принципов устойчивого рыболовства. Эти тенденции целесообразно учесть производителям и поставщикам минтая, поскольку получение права использовать маркировочные знаки, повышающие доверие покупателей, может улучшить продажи.

## 2.3. Торгово-распределительная сеть

### Сектор переработки

Наибольшая доля потребления замороженного минтая в ЕС приходится на сектор переработки. По данным EUMOFA, среди рыбной продукции по объему переработки минтай занимает в ЕС второе место после атлантической трески. Согласно данным Data Collection Framework 2018, в 2015 г. примерно для 3,7 тыс. европейских компаний переработка рыбы была основным видом деятельности и еще для не менее 1 тыс. — дополнительным. Большая часть замороженного минтая для переработки поступает из США и КНР.

Минтай ввозится в страны ЕС в основном в виде замороженных блоков филе по 7,5 кг. Значительно реже минтай поставляется в виде проложенного филе и филе штучной заморозки (IQF). Цены филе указанных форматов могут значительно отличаться. Так, в конце 2021 г. тонна филе блочной заморозки в Германии стоила от 3 900 до 4 000 долл. США, а проложенное филе было дороже в среднем на 300 долл. США за тонну. Разница в цене между филе с костями и филе без костей может достигать 100 долл. США за тонну. Кроме того, тонна филе однократной морской заморозки примерно на 200 долл. США дороже филе вторичной заморозки.



В странах ЕС доля сектора переработки в общем объеме потребления замороженного филе минтая во многом зависит от потребительских привычек. Так, во Франции и странах Южной Европы потребители придерживаются средиземноморской диеты и предпочитают филе штучной разделки и заморозки. При этом в Германии и странах Северной Европы потребители чаще выбирают переработанный вариант рыбы с картофелем фри в качестве гарнира (fish and chips). Соответственно, в Германии в 2020 г. доля сектора переработки составила 91,6%, тогда как во Франции — 75,0% от общего объема потребления филе минтая в натуральном выражении. Во Франции указанная тенденция отразилась в снижении доли сектора переработки с 87,9 до 73,4% в период 2016–2019 гг. Однако пандемия способствовала некоторому увеличению продаж переработанной продукции.

Перерабатывающие предприятия в ЕС играют ключевую роль в цепочке поставок, обеспечивая связь между производителями филе минтая и потребителями из сегментов розничной торговли и общественного питания. Крупные европейские переработчики рыбы имеют вертикально интегрированную структуру, что позволяет им обеспечивать стабильность поставок и избегать уплаты импортных пошлин. Вертикальная интеграция может охватывать и рыболовство: основные игроки рынка располагают собственным промысловым флотом. В Германии ведущие производители продуктов питания покупают замороженное филе минтая напрямую у экспортеров. Импортная пошлина в размере 13,7% не применяется, если импортер является переработчиком. Это снижает конкурентоспособность импортеров, не обладающих мощностями по переработке, и стимулирует консолидацию компаний, занимающихся импортом и переработкой рыбной продукции.

Похожая тенденция, хотя и в меньшей степени, чем в Германии, наблюдается во Франции. Многие импортеры филе минтая также являются переработчиками и реализуют свою продукцию либо напрямую ритейлерам и предприятиям общественного питания, либо через оптовиков, специализирующихся на замороженных продуктах. Так, в 2007 г. японский поставщик Nissui приобрел компанию Cité Marine — одного из лидеров французской пищевой промышленности. В результате Cité Marine получил стабильный канал поставок рыбного сырья, а Nissui — перерабатывающие мощности на европейском рынке.

Для обеспечения европейских переработчиков рыбным сырьем был принят Регламент Совета (ЕС) 2020/1706 от 13 ноября 2020 г., в котором предусмотрены тарифные квоты в отношении определенных видов рыбной продукции на период 2021–2023 гг. В 2020 г. квота на беспошлинный ввоз замороженного минтая составила 340 тыс. тонн.

Наряду с прослеживаемостью, безопасностью и качеством рыбной продукции, европейские потребители все большее внимание уделяют экологическим вопросам, в частности, устойчивому рыболовству. Хотя качество и цена остаются определяющими факторами при покупке замороженного филе минтая, экологические аспекты также учитываются. В настоящее время переработчики из стран ЕС закупают преимущественно филе минтая, имеющее сертификат MSC. В 2021 г. по этому стандарту был сертифицирован промысел минтая в западной части Берингова моря, на который приходится порядка 30% рос-

сийской добычи минтая. Сертификат MSC повышает привлекательность поставок из России для европейских импортеров и переработчиков, особенно при условии меньших цен по сравнению с продукцией из США. Хотя сертификация MSC повышает стоимость продукции (российский минтай подорожает в 2022 г.), в долгосрочной перспективе подтверждение приверженности правилам устойчивого рыболовства необходимо как для сохранения уже завоеванных позиций, так и для доступа на новые рынки.

Европейские переработчики филе минтая активно разрабатывают новые продукты, например, более полезные для здоровья и поставляемые в экологичной упаковке. Учитывая рост интереса к правильному питанию, предприятия пищевой промышленности минимизируют содержание добавок в панировке, отказываются от использования красителей, консервантов, пальмового масла, искусственных ароматизаторов. Росту продаж способствует заявление об органическом происхождении ингредиентов соуса или овощного гарнира. Так, в 2019 г. французская компания Marie запустила линейку замороженных рыбных блюд с максимально натуральным составом Frozen Fine Cuisine.

Европейские производители стараются сокращать использование пластика и все чаще выбирают экологически чистую упаковку. Например, в 2019 г. французская группа Fleury-Michon запустила производство 300-граммовых гратенов в лотке с указанием «Изготовлено из древесины французского тополя». Постепенно расширяя ассортимент готовых блюд на деревянных лотках, компания сократила использование пластика на 80%.

Значительную роль в цепочке поставок филе минтая играет торговля между странами ЕС. В 2020 г. Германия реэкспортировала 29,9 тыс. тонн мороженого филе минтая кода ТН ВЭД 030475 и более 60 тыс. тонн готовых и консервированных продуктов из минтая в тесте или панировке кодов ТН ВЭД 16041991 и 16041995. Основным направлением реэкспорта мороженого филе кода ТН ВЭД 030475 в 2020 г. была Франция — 60,5% от общего объема поставок в натуральном выражении, за ней следовала Польша (12%). Продукты переработки поставляются во Францию, Италию, Швецию, Польшу и другие страны ЕС. Таким образом, Германия занимает центральное место в торговле и переработке продукции из мороженого минтая на европейском рынке.

В период до 2026 г. прогнозируется дальнейшее развитие рыбоперерабатывающей промышленности ЕС с тенденцией замедления среднегодовых темпов роста до 0,9% в Германии и до 1,0% во Франции. Ожидается, что по мере насыщения рынка доля сектора переработки в потреблении филе минтая будет сокращаться в натуральном выражении.

### **Ассортимент**

Мороженый минтай используется для производства рыбного филе в кляре, рыбных палочек и охлажденных или замороженных готовых блюд. Наиболее распространенным продуктом из импортного минтая является рыба в панировке. Например, по данным FranceAgriMer, во Франции потребление рыбы в панировке в период с 2008 по 2015 гг. выросло на 40%. При этом 85% такой продукции в стране готовится из местного рыбного сырья.

Устойчивый рост наблюдается в сегменте готовых блюд. Такая продукция удобна потребителям, а в ее производстве широко используются новые рецепты, а также инновационные технологии и упаковка (контейнеры, лотки для еды), обеспечивающие увеличенный срок годности. Большинство готовых блюд из минтая состоит из филе с овощным гарниром или филе под соусом, которые разогреваются либо в духовке, либо в микроволновой печи. Новинкой стали готовые блюда с кубиками минтая и другими морепродуктами (например, креветками и мидиями) под соусом с овощами или рисом. Из минтая также готовят замороженные хрустящие gratens, например, серии Frozen Fine Cuisine от Marie.

## Ведущие игроки

**Nomad Foods** — крупный производитель замороженных продуктов питания со штаб-квартирой в Великобритании. В Германии владеет компанией Frozen Fish International — ведущим мировым производителем рыбных палочек. 30 сентября 2021 г. Nomad Foods завершила процедуру покупки Fortenova Frozen (Frozen Food Business Group) — подразделения крупнейшего балканского ритейлера и производителя продовольственных товаров Fortenova Group, которое реализует замороженные продукты питания в Хорватии, Сербии, Боснии и Герцеговине, Венгрии, Словении, Косово, Северной Македонии, Черногории. Fortenova Frozen приобретает мороженый минтай непосредственно у рыболовецких компаний. Представители Nomad Foods утверждают, что закупают только рыбу первичной заморозки. Замороженное филе минтая и продукция из него поставляются под следующими основными брендами: Birds Eye (в Ирландию и Великобританию), Findus (в Финляндию, Францию, Италию, Норвегию, Испанию, Швецию и Швейцарию), Iglo (в Германию, Австрию, Бельгию, Нидерланды и Португалию), Frikom (в Сербию), Ledo (в Хорватию).

**Frosta** — немецкая компания со штаб-квартирой в Бремерхафене. В 2020 г. общий объем продаж составил 552 млн евро. Frosta — один из ведущих брендов замороженных полуфабрикатов и готовой продукции в Германии, Польше, Италии, Австрии, Швейцарии, Венгрии, Чехии, Румынии и других странах. В России бренд также известен. Ассортимент продукции включает, в том числе, замороженное филе минтая, рыбные палочки в панировке и кляре, а также различные рыбные блюда. Компания строго следит за качеством и обеспечивает прослеживаемость используемых продуктов. В частности, потребители могут проверить на веб-сайте компании источники происхождения сырья. Frosta покупает рыбу в портовых городах Аляски, Республики Корея и России. Два основных рыбоперерабатывающих завода компании находятся в Бремерхафене и Быдгоще (Польша).

**Marès Seafood** — французская компания по производству морепродуктов. Предлагает широкий ассортимент продукции от минтая до трески и лосося под собственным брендом. Производит замороженное филе минтая и филе в панировке.

**Coraya** — французский производитель, расположенный в Нормандии. С 1989 г. занимается дистрибуцией сурими во Франции, Великобритании, Италии, Швейцарии, Германии и Бельгии. Coraya утверждает, что производит сурими исключительно из дикого минтая и хека, выловленных в северной части Тихого океана (зоны ФАО 61 и 67), и использует только лучшее мясо рыбы.

**Pickenpack** — немецкий переработчик, принадлежащий американской компании Trident Seafoods, которая владеет более чем 40 рыболовными судами, а также многочисленными производственными предприятиями на побережье Аляски. Минтай однократной заморозки перерабатывается в Германии. Среди основных продуктов — рыбные палочки, филе в панировке и кляре, готовые к употреблению рыбные блюда.

**Greenland Seafood** — компания группы Eight Fifty Food Group, поставщик морепродуктов и мясных продуктов с производственными мощностями в Великобритании, Ирландии и континентальной Европе. Имеет собственные рыбоперерабатывающие заводы в Вильгельмсхафене (Германия) и Вимилль/Булонь-сюр-Мер (Франция), а также торговые представительства в странах ЕС, Великобритании, Австралии и США. Под брендами SeaSide, Your Fish! и Marefino предлагается широкий ассортимент продукции из минтая, в том числе рыба в панировке, рыба в кляре, филе штучной разделки, рыбные палочки, рыба под соусом.

**Deutsche See** — импортер, переработчик и оптовик. Компания, основанная в Германии в 1939 г., с 2018 г. принадлежит группе Parlevliet & Van der Plas Group (P&P Group). Использует вертикальную цепочку поставок от промысла через все этапы переработки до отгрузки покупателю и управляет тремя производственными объектами в Бремерхафене, один из которых предназначен для переработки мороженой рыбы. Клиентская база насчитывает около 35 тыс. потребителей в розничной торговле и секторе общественного питания. Важным каналом продаж является собственный интернет-магазин. Ассортимент из 3,5 тыс. продуктов ежегодно пополняется в среднем 100 новыми товарами. Одна из новинок — рыбная котлета из трески и минтая для рыбных бургеров.

**Marie** — французская компания, входящая в группу LDC. Согласно исследованию Kantar TNS, в декабре 2019 г. 14 млн французских домохозяйств предпочитали покупать охлажденные и замороженные готовые блюда этого бренда. Компания претендует на лидерство в сегменте замороженных блюд со сложной рецептурой в крупных и средних по охвату торговых сетях.

**Fleury Michon** — основанная в 1905 г. французская компания, специализирующаяся на изготовлении холодных закусок, сурими и готовых блюд. Бренд Fleury Michon занимает третье место по продажам во Франции.

**Typiak** — французский производитель продуктов питания, основанный в Бретани в 1967 г. В 1984 г. компания начала производство замороженных готовых блюд из морепродуктов под собственной торговой маркой Typiak. Считается ведущим производителем замороженных готовых блюд во Франции, имеет две производственные площадки и предлагает широкую линейку блюд из морепродуктов.

## Розничная торговля

Розничные продажи рыбы и морепродуктов в 2020 г. выросли в большинстве стран ЕС. В период локдаунов предприятия общественного питания были закрыты, что привело к росту покупательского спроса в розничном секторе, в том числе на рыбу. Крупные розничные компании смогли успешно справиться с ограничениями, обусловленными пандемией, благодаря разнообразию форматов розничной торговли. При этом на онлайн-продажи пришлось лишь небольшая часть объемов реализации, поскольку большинство потребителей скептически оценивают безопасность доставки мороженой рыбы.

Как правило, рыбные магазины не предлагают мороженый минтай, предпочитая продавать охлажденную рыбу, разнообразную рыбную продукцию и деликатесы. Поскольку минтай — относительно дешевая рыба, рыбным магазинам невыгодно ее продавать, учитывая конкуренцию со стороны супермаркетов и дискаунтеров. Вместе с тем, существуют определенные различия между странами ЕС в секторе розничной торговли в зависимости от покупательских привычек потребителей.

Средние цены на импортируемый мороженый минтай в 2018 г. выросли на 6,3%, в 2019 г. — на 17,3%, а в 2020 г. — на 20%. Розничные цены тоже увеличивались, но в меньшей степени, поскольку потребители, особенно в Германии, очень чувствительны к повышению цен и резкий рост может легко привести к падению покупательского спроса.

### Дискаунтеры

Практически во всех странах ЕС есть свои сети дисконтных супермаркетов, но лидируют преимущественно немецкие компании, которые являются главными продавцами замороженной продукции из минтая.

В Германии на дискаунтеры приходится 50% от общего объема розничных продаж. Они лидируют и по объему реализации мороженого минтая, опережая супермаркеты и специализирующиеся на замороженных продуктах службы доставки товаров на дом. Немецкие потребители очень чувствительны к ценам, а дискаунтеры предлагают привлекательное соотношение цены и качества. Крупные дискаунтеры имеют возможность реализовывать продукцию из минтая по низким ценам, поскольку закупают ее оптом напрямую у производителя, получая существенные скидки.

Во Франции доля дискаунтеров составляет менее 10%, и они занимают третье место по объему розничных продаж минтая. Лидерами являются крупные сети супер- и гипермаркетов, за которыми следуют специализированные розничные магазины замороженной продукции.

Дискаунтеры в основном продают замороженное филе минтая в упаковках по 950 или 1 000 г, полуфабрикаты для быстрого приготовления в духовке — чаще всего замороженное филе в панировке или с овощами, а также рыбные палочки. Дискаунтеры реализуют продукцию как собственных торговых марок,



так и других брендов. Замороженное филе минтая продается в основном под собственными марками, а рыбные палочки часто представлены сторонними брендами. Все основные дискаунтеры выпускают еженедельные акционные каталоги, в которые иногда попадает замороженная продукция из минтая.



### Ведущие игроки

**Lidl** — одна из ведущих компаний розничной торговли продуктами питания в Европе с годовым оборотом более 80 млрд евро. Входит в группу Schwarz. Главный офис Lidl находится в Неккарзульме (Германия). Имеет 11,5 тыс. магазинов и 200 логистических центров в 32 странах мира, включая Австралию и США. К числу основных рынков Lidl относятся Германия (3,2 тыс. магазинов), Франция (1,5 тыс.), Италия (680) и Испания (630). Компания позиционирует себя как дискаунтер, который придерживается принципов устойчивого развития, заботится о свежести продукции, предлагает лучшее качество по лучшей цене и быстрый и простой способ совершения покупок. В конце 2019 г. компания запустила онлайн-услуги в приложении Lidl Plus. Через приложение потребители могут совершать покупки, получать купоны и скидки при расчете на кассе. Lidl обязалась к концу 2019 г. перейти на поставки рыбы и морепродуктов только с устойчивых рыболовецких предприятий, получивших сертификаты соответствия стандартам рационального природопользования: MSC для дикой рыбы и ASC или GlobalG.A.P. Aquaculture Standard для продукции аквакультуры.

**Aldi** — сеть розничной торговли, разделенная между компаниями **Aldi Nord** с головным офисом в Эссене (Германия) и **Aldi Süd** с головным офисом в городе Мюльхайм-ан-дер-Рур (Германия). Aldi Nord управляет 4 690 магазинами в девяти европейских странах: Германии (2 300 торговых точек), Франции (850), Нидерландах (490), Бельгии (430), Испании (250), Дании (220), Польше (100), Португалии (40) и Люксембурге (10). Aldi Süd в ЕС представлена в Германии (1 960 магазинов), Австрии (530 магазинов под брендом Hoffer), Венгрии (150),

Ирландии (150), Италии (120) и Словении (90). В 2020 г. обе компании предприняли шаги по унификации и развитию собственных торговых марок продуктов питания. С 2018 г. Aldi планомерно переводит свой рыбный ассортимент на продукцию, соответствующую принципам устойчивого развития. Приоритет отдается продуктам, сертифицированным по стандартам MSC, ASC и GLOBALG.A.P. или имеющим логотип органической продукции ЕС.

**Netto Marken-Discount Stiftung** — немецкий продуктовый дискаунтер, принадлежащий компании Edeka Zentrale Stiftung. Штаб-квартира находится в Баварии, в городе Максхютте-Хайдхоф. В 2020 г. компания имела 4 262 торговые точки в Германии, а ее оборот составлял 16 600 млрд долл. США (14 550 млрд евро). Netto предлагает широкий ассортимент продукции разных брендов, а также товары под собственной маркой и в основном ориентируется на региональные поставки.

**Penny** — немецкая компания со штаб-квартирой в Кельне, имеющая около 2,2 тыс. торговых точек. В 2020 г. выручка в Германии составила 9 200 млрд долл. США (8 050 млрд евро). Компания принадлежит Rewe Group и позиционируется как продавец свежей и качественной продукции по низким ценам. Penny рекламирует свои торговые точки как удобно расположенные дискаунтеры шаговой доступности с широким выбором фруктов и овощей, региональных и экологически чистых продуктов, в том числе, вегетарианских и веганских. Компания уделяет большое внимание местным социальным и экологическим проектам, приносящим пользу жилым районам, в которых находятся ее магазины.

**Leader Price** — французская компания, имеющая также магазины в Бельгии, ряде арабских и франкоязычных африканских стран. С 1997 г. входит в группу Casino, которая является шестой по величине розничной компанией во Франции. В 2020 г. во Франции работало 633 магазина Leader Price, однако из-за финансовых трудностей Casino решила продать большую их часть немецкой компании Aldi Nord. Сделку на сумму 717 млн евро планировалось завершить в конце 2021 г.<sup>3</sup>

## Супер- и гипермаркеты

Супермаркеты предлагают широкий ассортимент товаров. Считается, что качество продуктов в этом канале выше, чем в дискаунтерах. Супермаркеты реализуют продукцию как собственных марок, так и других брендов.



<sup>3</sup> <https://clck.ru/afsVw>

Замороженное филе минтая в супермаркетах продается в упаковках не только по 950 или 1 000 г, но и в фасовках меньшего объема, например по 240 г. Небольшие упаковки пользуются спросом в домохозяйствах, состоящих из одного человека, которых в странах ЕС становится все больше. Супер- и гипермаркеты продают рыбные палочки и полуфабрикаты быстрого приготовления, например, замороженное филе минтая в панировке или с овощами.

Ведущие супермаркеты проводят еженедельные акции. Иногда скидки предоставляются и на замороженную продукцию из минтая.

Во Франции гипер- и супермаркеты — главные каналы розничных продаж замороженного филе и готовой продукции из минтая. Ведущие бренды в стране — Findus, Marès, Coraya, а также собственные торговые марки крупных ритейлеров. Продукция из минтая представлена в широком ассортименте — филе минтая розничной фасовки, филе с различными топпингами и гарнирами, в панировке или маринаде, в виде закусок и полноценных готовых блюд.

В Германии на долю супер- и гипермаркетов приходится около 45% розничных продаж замороженной продукции из минтая. Ведущие бренды — Frosta, Iglo и собственные торговые марки ритейлеров.

### **Ведущие игроки**

**Carrefour** — вторая по величине розничная компания Франции с долей рынка 9,8% в 2020 г. и третья крупнейшая розничная сеть мира. В 1963 г. именно Carrefour открыла первый в мире гипермаркет, а в 2020 г. компания установила новый рекорд по размерам доходов — 80,6 млрд долл. США, из которых половина получена во Франции. В ЕС представлена также в Бельгии, Испании, Италии, Польше и Румынии. Во Франции цены на продукцию собственной торговой марки из филе минтая варьируются от 2,01 долл. США за готовое порционное блюдо на одного человека до 11,84 долл. США за пакет с 5–20 замороженными кусочками филе общим весом 1 кг. В продаже представлены практически все варианты продуктов из минтая — филе минтая розничной фасовки, с различными топпингами, в панировке, порционной нарезки, в виде закусок.

**Auchan** — транснациональная корпорация, которая была основана как семейный бизнес в 1961 г. В 2020 г. имела около 4,1 тыс. торговых точек в мире и доход 36 млрд долл. США (10,1% доли рынка во Франции), что на 5,2% меньше, чем в предыдущем году. Во Франции цены на продукцию из филе минтая варьируются от 2,60 долл. США за упаковку из 15 рыбных палочек собственной торговой марки до 8,55 долл. США за 20 кусочков замороженного филе минтая в панировке от бренда Findus. В ассортименте представлены практически все варианты продукции — разные виды филе, в том числе в панировке и кляре, рыбные палочки, и т.д.

**Edeka** — немецкая корпорация по торговле продуктами питания. Бренд принадлежит Edeka Group — объединению, в которое входят около 3,6 тыс. независимых розничных торговцев и семь региональных оптовых компаний. Головной офис расположен в Гамбурге. Edeka управляет более чем 5,9 тыс. торговых точек. В 2020 г. оборот составил 42,6 млрд долл. США (37,4 млрд евро). Покупателям предлагаются свежие продукты питания, в том числе, под хорошо известными собственными торговыми марками.

**Rewe** — вторая по величине (после Edeka) сеть супермаркетов в Германии и флагманский бренд Rewe Group. В 2020 г. оборот компании, имеющей более 3,2 тыс. магазинов в Германии, составил около 21,0 млрд долл. США (18,3 млрд евро). У Rewe также есть интернет-магазин, где можно заказать доставку и самовывоз.

**Kaufland** — одна из ведущих сетей супер- и гипермаркетов в Германии с 677 торговыми точками и оборотом 15,3 млрд долл. США (13,46 млрд евро) на 2020 г. Владелец — Schwarz Gruppe.

**Monoprix** — крупная французская розничная сеть со штаб-квартирой в Клиши, недалеко от Парижа. Компания имеет более 700 торговых точек по всей Франции, которые предлагают продукты питания, косметику и товары для дома. В 2020 г. доход Monoprix составил 5,7 млрд долл. США (1,9% рынка Франции). Магазины расположены преимущественно в городах и претендуют на премиум-уровень. Цены на продукцию собственной торговой марки варьируются от 2,84 долл. США за упаковку из 15 рыбных палочек до 7,49 долл. США за пакет из шести кусков замороженного филе минтая. В ассортименте есть практически все варианты рыбной продукции — разные виды филе, в том числе в панировке и кляре, а также готовые блюда.

## **Специализированные магазины замороженной продукции**

В некоторых странах ЕС, например во Франции, очень сильные позиции занимают специализированные магазины замороженной продукции. Их ассортимент состоит из продуктов питания собственных торговых марок и брендов других производителей, в том числе, эксклюзивных.

### **Ведущие игроки**

**Picard** — компания, которая имеет более тысячи магазинов во Франции и 40 магазинов в Северной Италии. Во Франции является одним из главных специализированных розничных продавцов замороженной продукции с долей рынка 19%. В 2020 г. ее выручка достигла 2,02 млрд долл. США. В ассортименте магазинов представлено более 1 000 наименований продуктов — от простых до самых изысканных. Бренд имеет стабильно высокую репутацию среди французских потребителей.

**Maison Thiriet** — основанная в 1902 г. компания, которая позиционирует себя как поставщик высококачественной замороженной продукции для гурманов. Имеет 180 магазинов во Франции. В 2020 г. выручка достигла 570 млн долл. США, что на 25% больше, чем годом ранее. Доля компании в общем объеме розничных продаж замороженной продукции во Франции — 5,4%.

## Службы доставки замороженной продукции

В службах доставки потребители могут приобрести любую замороженную продукцию, причем ее привезут с соблюдением необходимых температурных условий. Однако службы доставки предлагают высокие розничные цены, которые зачастую вдвое или даже втрое превосходят цены в супермаркетах и дискаунтерах.

Доставка замороженной продукции на дом особенно популярна в Германии — в общем объеме розничного потребления в 2020 г. ее доля составила 4%. Службы доставки предлагают филе минтая в розничной фасовке и в разных видах панировки.

## Ведущие игроки

**Bofrost** — немецкая компания, основанная в 1966 г., которая продает замороженную продукцию и мороженое в Германии, Бельгии, Франции, Греции, Италии, Хорватии, Люксембурге, Нидерландах, Австрии, Испании, Словении и Швейцарии. В Германии доля компании на рынке прямых продаж замороженной продукции и мороженого составляет около 70%. Bofrost предлагает уникальный ассортимент товаров, обслуживая по всей Европе более 4 млн домохозяйств.



The screenshot shows a product page for 'Alaska-Seelachsfilet "Müllerin", 750 g'. On the left is a large image of the product packaging, which is blue and white with a picture of the fish fillets. The packaging text includes 'eismann', 'Alaska-Seelachsfilet „Müllerin“', 'Filetto di Pollock d'Alaska „alla mugnaia“', 'Filet de colin d'Alaska „meunière“', and 'Alaska koolvisfilet „Meunière“'. It also features a '750ge' label and the product code '6087'. On the right, the product title 'Alaska-Seelachsfilet "Müllerin", 750 g' is displayed with a red truck icon, a 5-star rating (20 reviews), and the article number 'Art.-Nr. 6087'. Below this are three bullet points: '✓ Gleichgroße Alaska-Seelachs-Filets', '✓ Ausschließlich für die Pfannen Zubereitung', and '✓ Traditionell fein mehlert'. The price is '12,98 €' with a note '750 g, 17,31 € je 1000g, 6 Stück' and a link 'Hinweis zum Versand'. A red 'in den Warenkorb' button is present, along with a quantity selector set to '1'. At the bottom, there are availability dates 'Vorbestellbar für den Zeitraum: 14.02.2022 bis 08.05.2022' and several certification logos including MSC, BGF, and others.

**Eismann Tiefkühl-Heimservice** — компания, занимающая в Германии второе место среди служб доставки замороженных продуктов на дом. Ассортимент включает около 700 наименований продукции.

**Place du Marché** — французская группа с 119 центрами доставки, получившая в 2020 г. доход 228 млн долл. США. После приобретения в 2019 г. компании Grand Frais изменила прежнее название Tourargel на Place du Marché. Tourargel остается розничным брендом замороженной продукции.

## Сектор общественного питания

В странах ЕС минтай предлагается в основном в заведениях быстрого питания, в то время как в ресторанах более высокого уровня предпочтение отдается другим видам рыбы. В 2020 г. в период пандемии COVID-19 все участники цепочки производства и сбыта рыбной продукции столкнулись с беспрецедентными трудностями. Временное ограничение работы предприятий гостиничного бизнеса и общественного питания, школ и детских садов, а также увеличение числа работающих на дому, привело к уменьшению потребления рыбы и морепродуктов в сфере общественного питания и росту спроса в розничной торговле, включая интернет-магазины. Ожидается, что по мере нормализации обстановки сектор общественного питания постепенно восстановится и продолжит развиваться. В долгосрочной перспективе это может способствовать повышению спроса на замороженное филе минтая.

Филе минтая входит в число самой продаваемой рыбной продукции в секторе общественного питания во всех странах ЕС. Минтай часто предлагается в институциональных каналах, например в школьных столовых, и продается в сетях быстрого питания, таких как Nordsee и McDonald's. Однако рестораны высокого уровня обычно предпочитают более дорогие сорта рыбы и охлажденную продукцию, а не подвергавшуюся глубокой заморозке. Кроме того, филе минтая имеет не слишком яркий вкус, поэтому его часто потребляют в панировке, а такие блюда не входят в меню ресторанов. Единственным исключением являются рыбные палочки, которые иногда включаются в меню для детей.

Предприятия общественного питания в странах ЕС закупают рыбу у импортеров, переработчиков или оптовых поставщиков. Так, если сетевые рестораны покупают рыбу крупными партиями у импортеров, то небольшие рестораны пользуются услугами оптовиков. В Германии рестораны, закупающие филе минтая в оптовых компаниях, таких как Transgourmet, Metro или Chef's Culinar, в 2021 г. платили около 6,84 долл. США за 1 кг.

Во Франции частные рестораны и заведения общепита покупают готовые блюда, блочное филе или филе штучной заморозки у специализированных оптовиков, например, у Passion Froid, Davigel или Brake France.

Институциональные предприятия общественного питания в основном закупают бюджетные варианты мороженой разделанной рыбы. По данным французского Национального института сельскохозяйственных и морских продуктов FranceAgriMer, на долю институционального кейтеринга во Франции в 2018 г. приходилось 73% от общего объема потребления мороженого рыбного филе в секторе общественного питания. В Германии филе минтая часто готовят на обед в столовых на предприятиях, домах престарелых, детских садах, школах и вузах.

Помимо большого оборота, сегмент институционального общественного питания характеризуется применением стратегий управления материальными затратами и оптимизации закупки продуктов через специализированные центры. Такие потребители ориентированы на местные и региональные поставки с учетом стоимостного предложения, степени поддержки местной экономики, возможности отслеживания происхождения сырья, а также обращают внимание на вопросы ответственного производства, включая утилизацию пищевых отходов, корпоративную социальную ответственность и другие подобные аспекты.

Ожидается, что сектор общественного питания в странах ЕС восстановится к 2023 г. и продолжит рост с учетом тенденций к выбору здорового питания и натуральных продуктов. Среднегодовой темп роста прогнозируется на уровне 4,3% в Германии и 4,9% во Франции. К 2026 г. доля общепита в потреблении филе минтая достигнет 5% в Германии и 17% во Франции.

### **Рестораны быстрого питания**

**McDonald's** — международная сеть быстрого питания, которая имеет около 6 тыс. ресторанов в странах ЕС. В 2018 г. заняла второе место среди ресторанных франшиз по количеству точек в Европе, уступив первое место сети Subway. McDonald's установила жесткие стандарты для поставщиков и строго контролирует их выполнение. Минтай наряду с треской используется в сэндвичах с рыбой. Компания утверждает, что в 2020 г. 98,7% рыбы, которая идет на приготовление сэндвичей, поступило из источников, отвечающих принципам устойчивого развития и сертифицированных MSC. McDonald's покупает замороженное филе у европейских переработчиков, таких как датская компания Espersen, которая приобретает филе минтая напрямую у тихоокеанских промысловых флотилий.

**Nordsee** — немецкая сеть ресторанов быстрого питания, специализирующаяся на блюдах из рыбы и морепродуктов. Имеет более 300 ресторанов в Германии, большинство из которых работает по системе самообслуживания и предлагает еду навынос. Кроме того, является франчайзером и сотрудничает с такими онлайн-сервисами доставки еды на дом, как Lieferando, Uber Eats и Wolt. Одно из самых популярных блюд сети — жареное филе минтая в панировке с картофельным гарниром. На сайте компании декларируется, что минтай поступает из рыболовных зон ФАО 61 и 67. Также сотрудничает с производителем продуктов питания Nomann Feinkost, который продает в розницу под брендом Nordsee два вида филе минтая — в панировке и охлажденное.

## Кейтеринг

**Aramark Holding Deutschland** — крупнейшая в Германии компания в секторе кейтеринговых услуг. В 2012 г. стала первой кейтеринговой компанией, получившей сертификат MSC. В 2019 г. в активе Aramark было более 600 контрактов.

**Compass Group Deutschland** — вторая по величине кейтеринговая компания Германии. В 2020 г. заключила более 700 контрактов. Закупает рыбную продукцию у Deutsche See через дочернюю компанию Foodbuy.

**Apetito Catering** входит в тройку ведущих кейтеринговых компаний Германии. Имеет в своем активе 665 контрактов с коммерческими компаниями, школами и учреждениями здравоохранения. Принадлежит группе Apetito, в которую также входит импортер и переработчик замороженной рыбной продукции CostaMeeresspezialitäten.

## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка



**Nomad Foods — переработчик**  
Сайт: <https://www.nomadfoods.com/>

Ведущая европейская компания по производству замороженных продуктов питания со штаб-квартирой в Великобритании. Выпускает рыбную продукцию под брендами Birds Eye, Findus и Iglo.



**Frosta — переработчик**  
Сайт: <https://www.frosta.de/>

Популярный бренд замороженных полуфабрикатов и готовой продукции в странах ЕС. Компания строго следит за качеством, гарантируя, что ее продукция не содержит искусственных пищевых добавок. Потребители могут проверить на веб-сайте компании источники происхождения ингредиентов, включая информацию о минтае.





**Iglo — переработчик, дистрибьютор**

Сайт: <https://www.iglo.de/>

Немецкий производитель замороженной продукции, один из лидеров как по объему продаж, так и по узнаваемости, самый популярный бренд рыбных палочек в Германии. Производит и продает фирменные замороженные продукты питания премиум-класса в 11 странах, а также осуществляет дистрибуцию во многих странах Центральной и Восточной Европы.



**Deutsche See — импортер, переработчик, дистрибьютор**

Сайт: <https://www.deutscheseede.de/>

Один из крупнейших немецких импортеров и оптовых продавцов продуктов питания, имеющий в Германии 20 филиалов. Обслуживает 35 тыс. предприятий розничной торговли и общественного питания. Ассортимент, насчитывающий около 3,5 тыс. наименований, ежегодно пополняют около 100 новых продуктов.



**Pickenpack Seafoods — переработчик, дистрибьютор**

Сайт: <https://www.pickenpackseafoods.com/>

Работает на рынке более 100 лет и является одним из крупнейших в ЕС производителей и дистрибьюторов продуктов собственных торговых марок в секторах розничной торговли, общественного питания и кейтеринга.



**Greenland Seafood Europe — переработчик**

Сайт: <https://greenlandseafood.eu/>

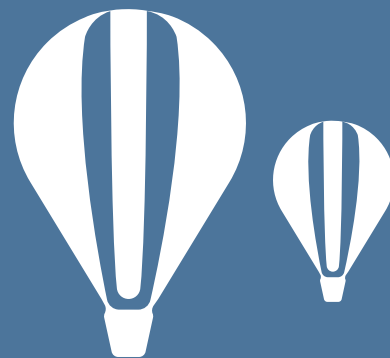
Крупный производитель, поставляющий рыбную продукцию под брендами In Europe, Marefino, Seaside и Your Fish! в розничные каналы продаж. Имеет производственные площадки в Германии и Франции.

# Стандарты на продукцию

---



# ЭЗ



Содержание

---

### **3.1.**

Требования к производителям

### **3.2.**

Требования к продукции

### **3.3.**

Требования к упаковке  
и маркировке

## 3.1. Требования к производителям

Общие принципы и требования продовольственного права ЕС определены [Регламентом № 178/2002](#), который был принят Европейским Парламентом и Советом ЕС 28 января 2002 г. Этим же документом учреждено Европейское агентство по безопасности продуктов питания (EFSA).

Экспортеры продукции рыболовства в страны ЕС также должны принимать во внимание следующие законодательные акты:

- [Регламент ЕС № 852/2004](#) от 29 апреля 2004 г. по гигиене пищевых продуктов;
- [Регламент ЕС № 853/2004](#) от 29 апреля 2004 г., устанавливающий особые гигиенические правила для пищевой продукции животного происхождения;
- [Регламент ЕС № 2017/625](#) от 15 марта 2017 г. об официальном контроле с целью обеспечения применения пищевого и кормового законодательства, а также правил, касающихся здоровья и благополучия животных, здоровья растений;
- дополнения и поправки, внесенные регламентами №№ 2021/405, 2020/2235, 2019/627, 2019/625, [2021/405](#), [2020/2235](#), [2019/627](#), [2019/625](#).

Списки важных для экспортеров продукции рыболовства законодательных актов ЕС размещены на официальных сайтах [Россельхознадзора](#) и подведомственного ему [ФГБУ «НЦБРП»](#).

## Включение в реестр экспортеров

Согласно Регламенту ЕС № 2021/405, Россия входит в число стран, которым разрешен ввоз в ЕС продукции рыболовства, предназначенной для употребления в пищу. Законодательством ЕС установлено, что ввозиться может только продукция авторизованных предприятий, внесенных в [реестр экспортеров](#). Согласно статье 10 Регламента ЕС № [2019/625](#), элементом учета в реестре являются все звенья логистической цепи (производственные единицы), например, рыболовное судно-процессор, производство на суше, склад и др., причем каждому такому звену присваивается свой уникальный номер.

Для включения в реестр задействованных в экспорте предприятий и производственных единиц следует начать с регистрации во ФГИС «ВетИС» Россельхознадзора и получить доступ к трем ее компонентам:

- [ИС «Цербер»](#);
- [ИС «Меркурий»](#);
- [ИС «Аргус»](#).

Ведение [реестра экспортеров](#) осуществляется в ИС «Цербер». Ключевым условием для включения предприятия в реестр является успешное прохождение [обследования на соответствие требованиям ЕС](#). Для прохождения процедуры обследования необходимо подать [электронную заявку на аттестацию](#) через ИС «Цербер». По результатам проведенного комиссией обследования предприятие либо рекомендуется к включению в реестр, либо получает отказ, либо, если несоответствия устранимы, ему выдаются соответствующие рекомендации. В последнем случае составляется план корректирующих мероприятий, который согласуется с комиссией, и назначается повторное обследование.

Успешно прошедшие обследование предприятия и суда включаются Россельхознадзором в реестр с присвоением им номеров. Информация об изменениях в реестре передается на утверждение Европейской Комиссии, которая публикует на официальном сайте ЕС актуальную версию списка предприятий-экспортеров.

Специализированным учреждением Россельхознадзора в области обеспечения и подтверждения безопасности продукции водного промысла является ФГБУ «НЦБРП». Последнее на платной основе осуществляет оценку рыбоперерабатывающих предприятий и судов на соответствие требованиям ЕС, в том числе, оценку на основе принципов GMP, GHP и HACCP. Предварительно заявитель должен предоставить соответствующий [комплект документов](#).

## 3.2. Требования к продукции

Экспортируемая в ЕС рыбная продукция должна отвечать требованиям регламентов ЕС №№ 178/2002, 852/2004, 853/2004, 625/2017 и 2073/2005. Дополнительные требования к рыбной продукции содержатся в следующих регламентах ЕС:

- № [2406/96](#) (общие рыночные стандарты);
- № [2074/2005](#) (требования в отношении паразитов и азотистых летучих оснований);
- № [1881/2006](#) (содержание загрязнителей — тяжелых металлов, диоксинов, полихлорированных дифенилов).

По аналогии с требованиями ЕС, в России действуют нормы Постановления правительства от 23.07.2016, СанПиН 3.2.3215-14, СанПиН 2.3.4.050-96, Технический регламент ЕАЭС 040/2016.

## **Сертификат для ввоза в ЕС и размещения на рынке рыбной продукции**

В соответствии с законодательством ЕС, каждая партия рыбной продукции должна сопровождаться сертификатом, выдаваемым компетентным органом страны-экспортера. Ранее он назывался «Сертификатом здоровья», теперь — [«Сертификатом для ввоза в Евросоюз и размещения на рынке рыбной продукции»](#). Этот документ оформляется территориальными органами Россельхознадзора в соответствии с его [указаниями](#).

Для получения сертификата требуется экспертное заключение, удостоверяющее что экспортируемая продукция соответствует требованиям пищевого законодательства ЕС. Такие экспертные заключения оформляются подведомственными Россельхознадзору учреждениями, уполномоченными на проведение оценки соответствия продукции, по результатам целого комплекса мероприятий, регламентированных законодательными актами ЕС. Заключение включает в себя следующие пункты:

- оценка соблюдения производителем условий стран-импортеров по выпуску безопасной продукции (производству, хранению, транспортировке);
- оценка эффективности функционирования на предприятии/судне системы контроля, основанной на принципах HACCP, GMP и/или GHP;
- прослеживаемость прохождения рыбного сырья от мест вылова до выхода готовой продукции с производства (в том числе прослеживаемость в технологическом процессе);
- результаты визуального осмотра и органолептической оценки экспортируемой партии продукции;
- результаты лабораторного анализа паразитологических, микробиологических, химических показателей продукции;
- оценка соответствия нанесенной маркировки;
- оценка соответствия сроков и условий хранения;
- оценка условий дальнейшей транспортировки продукции, в том числе контроля температурного режима и гигиенического состояния транспортного средства.

Сертификат для ввоза в ЕС и размещения на рынке рыбной продукции выдается российским [предприятиям](#) и [судам](#) включенным в реестр экспортеров, на основании предоставленных [документов](#). Также сертификат могут получить торговые организации, реализующие рыбную продукцию, произведенную на российских предприятиях и судах, имеющих регистрационный номер.

## **Российские ветеринарные сопроводительные документы**

С 1 июля 2019 г. все рыбная продукция, в том числе мороженое филе минтая, включена в «Перечень подконтрольных товаров, подлежащих сопровождению ветеринарным сопроводительным документом», утвержденным [Приказом Минсельхоза России от 18.12.2015 г. № 648](#). Правила оформления ветеринарных сопроводительных документов (ВСД) в электронном виде или на бумажном носителе описаны в Приказе Минсельхоза России от 27.12.2016 № 589. ВСД оформляются во время производства, при перевозке и в случае смены собственника товара.

Электронный ВСД формируется в ИС «Меркурий», которая является частью федеральной государственной информационной системы в ветеринарной области «ВетИС». Каждому электронному документу в ветеринарной области присваивается уникальный идентификатор (UUID). Бумажный ВСД печатается на официальном бланке и заверяется подписью и печатью. Каждый тип документа оформляется как на отдельную продукцию, так и на всю группу товаров.

## **Добровольная сертификация качества продукции**

Для обоснования высокой ценности и качества экспортируемой рыбной продукции ее производитель может пройти добровольные процедуры сертификации. Выбор сертификата для свежемороженого филе минтая зависит от типа и назначения продукта. В случае поставок филе блочной заморозки на европейские перерабатывающие заводы для выпуска конечной потребительской продукции, экспортеру целесообразно получить сертификат промысла, подтверждающий экологичность, устойчивость и бережливую эксплуатацию запаса. В случае же экспорта филе минтая штучной заморозки (IQF), не требующего дополнительной переработки и направляемого на прямую реализацию в розничные сети, дополнительно к экологической сертификации промысла экспортер может (а в Германии и Великобритании — обязан) пройти сертификацию по одному из действующих стандартов безопасности и прослеживаемости пищевой продукции.

Сертификат Морского попечительского совета (MSC) свидетельствует об экологически устойчивом и добросовестно управляемом рыболовном промысле. Промысел дикой рыбы может быть сертифицирован независимо от его масштаба, типа и места. В центре внимания сертификации MSC три основных критерия: состояние рыбных запасов, воздействие рыболовного хозяйства на экосистему и эффективность системы управления. Сертификат MSC высоко ценится на рынке, и продукты с соответствующим логотипом получают преимущества, ввиду растущего внимания потребителей к вопросам экологии и социальной ответственности производителей.

Сертификат Британского консорциума предприятий розничной торговли (BRC) свидетельствует о соответствии пищевой продукции разработанному этой организацией Единому стандарту пищевой безопасности (BRC Global Standard Food Safety). Стандарт имеет широкую область применения и учитывает все аспекты безопасности продуктов питания по всей цепочке поставок. Сертификат подтверждает, что производитель использует принципы HACCP и реализует эффективную систему менеджмента безопасности пищевой продукции, включая контроль производственных процессов, продукции и персонала. Стандарт предоставляет единую основу для проведения аудита компаний, поставляющих пищевую продукцию в розничные торговые сети.

Сертификат Международного стандарта пищевой продукции (IFS) является обязательным при работе с большинством крупных розничных торговых сетей Германии, Франции, Италии и многих других стран ЕС. В основе сертификации IFS лежит идея о создании стандартизированной единой эффективной системы оценки поставщиков, обеспечивающей максимальную прозрачность цепочки поставок. Три стандарта — IFS Food, IFS Broker и IFS Logistics — охватывают всю цепочку поставок за исключением сельскохозяйственного/первичного производства.

### **3.3. Требования к упаковке и маркировке**

В российской и мировой практике блочное филе минтая перед заморозкой в скороморозильном аппарате предварительно укладывается в так называемый «блок-лайнер» — картонную коробку с парафиновым микропокрытием, в которую вмещается около 7,5 кг рыбы. После извлечения из аппарата блок-лайнер упаковывают в картонный короб, вмещающий три таких блока. Короб запечатывается стрип-лентой. При поставке мороженого филе минтая индивидуальной заморозки в составе тары вместо блок-лайнера может использоваться полиэтиленовый вкладыш (пакет).

В целом упаковка при поставке в ЕС должна соответствовать общим требованиям, направленным на защиту окружающей среды и исключение рисков для здоровья потребителей.

Общие требования к упаковке и ее отходам изложены в [Директиве № 94/62/ЕС](#). Ввоз в ЕС продукции в упаковке из дерева и других растительных продуктов может подпадать под фитосанитарные меры, установленные Директивой № 2000/29/ЕС.



## Требования к маркировке

В основе законодательства ЕС о маркировке лежит принцип донесения до потребителя правдивой и полной информации о продукции для реализации его права на выбор. Во исполнение этой нормы принят [Регламент ЕС № 1169/2011 «О предоставлении потребителям информации о продуктах питания...»](#). Кроме того, к маркировке рыбной продукции применяется ряд специальных правил, изложенных в [Регламенте ЕС № 1379/2013 «По общей организации рынков продукции рыболовства и аквакультуры...»](#).

Законодательство ЕС допускает добровольное нанесение любой доказанной информации, например, эко-маркировки или знаков сертификатов стандартов безопасности, в целях продвижения продукции.

В случае расфасованной продукции информация должна размещаться непосредственно на упаковке или прикрепленной к ней этикетке. Маркировка нефасованной продукции наносится на индивидуальную или групповую упаковку.

Обязательно должна быть указана следующая информация:

- наименование пищевого продукта;
- перечень ингредиентов с указанием их количества;
- особое указание ингредиентов, способных вызывать аллергическую реакцию или непереносимость;
- масса нетто пищевого продукта;
- минимальный срок хранения или срок годности;
- специальные условия хранения и/или использования;
- название или коммерческое обозначение и адрес продавца или импортера;
- страна и место происхождения продукта;
- инструкция для использования (если необходима);
- декларация пищевой ценности.

Для рыбной продукции дополнительно приводится следующая информация:

- коммерческое и научное названия рыбы (по классификации ASFIS или FAO);
- способ производства («выловлена...», «выловлена в пресной воде...», «искусственно выращена...» и т.д.);

## Стандарты на продукцию

- район и класс орудия вылова;
- размораживался ли продукт.

Также для рыбной продукции добровольно может указываться следующая информация:

- дата вылова;
- дата и/или порт выгрузки;
- дополнительная информация об орудии лова;
- информация о государстве флага судна, которое осуществило лов;
- информация об окружающей среде;
- информация этического и социального характера;
- информация о практиках и методах производства;
- дополнительная информация о пищевой ценности продукта.

Помимо обычной маркировки, для указания дополнительной информации можно использовать брошюры, QR-коды и т.д.

# Барьеры входа на рынок

---



4

Содержание

---



## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

К импортируемой продукции в ЕС могут применяться не только стандартизированные общие требования, но и национальные меры регулирования конкретных стран. Для получения актуальной информации после выбора страны-импорта целесообразно воспользоваться [интернет-порталом Еврокомиссии Access2Markets](#).

Любой экономический оператор (например, импортер) в ЕС должен быть зарегистрирован в таможенной системе EORI и иметь доступ к таможенной среде для предварительного предоставления информации о грузе в первую таможенную въезда в ЕС. Эта информация предоставляется в сводной ввозной декларации (ENS), которая должна быть подана заранее перевозчиком товаров, импортером-грузополучателем либо их представителем. Российским экспортерам рекомендуется воспользоваться услугами логистического оператора.

Помимо декларации ENS, рыбная продукция должна сопровождаться единым ветеринарным ввозным документом (CVED). На таможне товары помещаются на временное хранение (не более 90 дней), пока они не будут подвергнуты любой из таможенных процедур или реэкспорту. Помещение товаров под любой одобренный таможней режим или использование (потребление, переработка) требуют оформления Единого административного документа (SAD), который является общим для всех государств-членов ЕС в соответствии с Таможенным кодексом ЕС и Регламентом ЕС № 2016/341.

В соответствии с [Директивой № 97/78/ЕС](#) и [Регламентом ЕС № 136/2004](#), уполномоченные организации ЕС вправе осуществлять инспектирование физического соответствия партии товаров представленной документации. Также возможно взятие проб для проведения лабораторных исследований образцов поставляемой продукции. За данные мероприятия с грузовладельца взимается дополнительная плата.

В целом оформление экспорта рыбной продукции в ЕС предполагает следующую последовательность действий:

- 1) Заключение договора (контракта) с оформлением обязательных приложений — спецификации или дополнительного соглашения.
- 2) Оформление сопроводительных документов.
- 3) Выбор способа доставки груза:
  - при доставке рыбодобывающим судном необходимо будет предоставить документы на него;
  - при фрахтовании приемно-транспортного судна необходимо будет предоставить договор фрахтования и документы на транспортное судно.

- 4) Регистрация на российском таможенном пункте, на котором в дальнейшем предполагается декларировать груз.
- 5) Оплата таможенных платежей.
- 6) Оформление и подача таможенной декларации.
- 7) Доставка груза получателю.

Недавно в ЕС были введены дополнительные процедуры по ограничению распространения COVID-19, которые подразумевают переход на почти полный электронный документооборот через систему TRACES.

Для оформления экспорта необходимы следующие документы:

- контракт со спецификацией согласно общепринятой структуре разделов контракта (составляется в двух экземплярах на русском и английском языках);
- уникальный номер контракта (ранее — паспорт сделки), оформляемый в обслуживающем банке при условии стоимости экспортного контракта не менее 6 млн рублей;
- счет-фактура или инвойс;
- транспортный документ — коносамент, подтверждающий право собственности на отгружаемый товар;
- сертификационные документы: ветеринарный сертификат, экспортный сертификат (форма 5i), сертификат происхождения вылова (Catch Certificate), прочие сертификаты по запросу (фитосанитарный сертификат на деревянную тару и др.);
- упаковочный лист;
- платежные поручения — на оплату аванса для таможенного оформления и на оплату груза согласно контракту;
- техническая документация — подробное описание товара, паспорт качества — для достоверного определения кода по ТН ВЭД ЕАЭС.

## **Порядок таможенного оформления товаров и грузов на территории России**

Участнику ВЭД необходимо зарегистрироваться на таможенном посту, выбрать таможенную процедуру «экспорт» и в соответствии с ней подать декларацию на экспортируемые товары. Перед подачей декларации необходимо внести таможенные платежи и пройти формы таможенного контроля.

Документы, требуемые для регистрации на таможенном посту:

- копии юридических правоустанавливающих документов;
- справка из Федеральной службы статистики;
- справки из банка об открытии рублевого и валютного счетов.

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с ЕС, поэтому к российскому экспорту применяется ставка РНБ на условиях ВТО. Однако на продукцию кода ТН ВЭД 0304 75 00 10 распространяется регламент ЕС об автономных тарифных квотах, согласно которому к импорту в рамках квоты применяется нулевая ставка ввозных пошлин. Квоты внедрены для обеспечения пищевой промышленности ЕС достаточным количеством сырья и, как результат, повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий. [Уровень квоты и статус ее использования](#) определяются Европейской комиссией.

Из числа крупных экспортеров мороженого филе минтая по ставке РНБ на рынок ЕС также выходит Китай. Чили получает доступ на рынок ЕС по льготным тарифам (нулевая ставка на продукцию кода ТН ВЭД 0304 75) в рамках соглашения о свободной торговле.

Табл. 16. Ставки ввозной таможенной пошлины ЕС в отношении продукции кода ТН ВЭД 0304 75 (филе минтая, мороженое)

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %	Размер квоты, тонн
0304 75 00 10	Филе минтая, мороженое: для обработки	13,7	340 тыс.
0304 75 00 90	Филе минтая, мороженое: прочие	13,7	—

Источник: [ITC Trade Map](#), [ITC Market Access Map](#)

## Нетарифные барьеры

### Технические требования

Продукты рыболовства могут ввозиться в ЕС только при наличии сертификата на улов, который доказывает, что продукт получен в результате [законного промысла](#). Также для продуктов животного происхождения требуется представить [единый санитарный документ — CHED-P](#).

Правила Европейской комиссии по контролю безопасности пищевых продуктов считаются одними из самых строгих в мире. Тем не менее, большинство европейских импортеров предъявляют дополнительные требования к сертификации безопасности и качества продукции. В частности, для успешной работы на рынке ЕС все более важна добровольная сертификация в области социальной ответственности и устойчивого развития.

Следует учитывать и действующие в ЕС строгие и сложные [правила в отношении MRL для рыбы и морепродуктов](#), которые нормированы в регламентах (ЕС) №№ 470/2009, 396/2005 и 1881/2006. В зависимости от источника (рыболовный промысел или аквакультура) и вида продукции каждая партия должна сопровождаться сертификатом здоровья, подтверждающим соответствие значений MRL существующим требованиям.

Со списками предприятий, имеющих право экспорта минтая в ЕС, можно ознакомиться на сайтах Европейской комиссии ([EU Traces portal](#)) и [Россельхознадзора](#).

### Требования к маркировке

В дополнение к общеевропейским требованиям к маркировке экспортерам следует учитывать особые нормы отдельных стран. Например, страны ЕС различаются по [способам измерения и маркировки содержания воды в рыбных продуктах](#). Кроме того, [коммерческие и научные названия рыбы](#), которые должны приводиться в маркировке, также различны в разных странах ЕС.





# Организация экспортных поставок

---



5



Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Формы присутствия на рынке

## **5.3.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Рис. 25. Доставка мороженого филе минтая из России в ЕС



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

При планировании отправки мороженой рыбы в Европу следует учитывать территориальное расположение места отправки, сроки доставки, стоимость перевозки, безопасность, сложность в оформлении и возможности выбора пунктов прибытия.

От российского производителя рефрижераторный груз может доставляться до стран ЕС морским путем или железнодорожным транспортом, однако железнодорожная доставка пока слабо развита.

Основное место добычи минтая — Охотское и Берингово моря, омывающие полуостров Камчатка. Производство филе минтая осуществляется на борту крупнотоннажных судов-процессоров или на береговых рыбоперерабатывающих заводах, расположенных в Приморском крае, Камчатском крае и других регионах ДФО.

Филе минтая отгружается в рефрижераторных контейнерах из крупных морских портов ДФО — Владивостока, Находки, Петропавловска-Камчатского — или портов Республики Корея и Китая. Во втором случае поставка из района промысла до портов Восточной Азии осуществляется приемно-транспортными судами рыбопромыслового флота.

## **Промежуточное хранение на складе накопления**

Склад для накопления экспортной рыбной продукции должен быть аттестован и [занесен в ИС «Цербер»](#), как и все без исключения места промежуточного хранения.

Основными статьями расходов являются погрузо-разгрузочные работы при приемке товара, хранение и погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в рефрижераторный контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом консолидации возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер обязана заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортер должен иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера он выполняет указанные выше процедуры.

При выборе склада консолидации необходимо учитывать следующее:

- возможность хранения замороженной продукции;
- наличие аттестации для экспорта продукции промысла в ЕС;

- 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;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

## Морская перевозка

Услуги по доставке мороженой продукции, произведенной из уловов на борту добывающего судна, до ближайшего российского или зарубежного транзитного порта оказываются специализированными предприятиями, эксплуатирующими приемно-транспортные рефрижераторные суда. Перегрузка мороженой продукции с добывающего судна на транспортное осуществляется непосредственно в районе промысла.

В случае перевалки продукции в транзитном порту в России или другой стране, отправка продукции в ЕС осуществляется морскими линиями в рефрижераторных контейнерах.



Следующие основные морские линии осуществляют регулярные судозаходы в порты ДФО (Владивосток, Петропавловск-Камчатский, Ванино) и ближайших государств Восточной Азии (Пусан, Далянь и др.):

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

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

За последние пять лет существенно сократилось количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты России. В связи с этим в периоды пиковой активности рынка может наблюдаться недостаток порожних контейнеров для экспорта, что, в свою очередь, влияет на уровень ставок фрахта.

## **Стоимость доставки**

Ставка фрахта при поставке продукции из района промысла в Охотском или Беринговом морях до порта в Республике Корея (с заходом для оформления груза в российский порт) составляет 100–120 долл. США за одну тонну груза, в зависимости от сезона промысла и типа контракта (спот или длинный контракт).

Ориентировочная стоимость морской доставки одного рефрижераторного 40-футового контейнера с грузом весом 27 тонн из Владивостока до Роттердама (Нидерланды) в феврале 2022 г. составляла 17 000 долл. США. В ставку, рассчитанную с учетом действующих тарифов по курсу ЦБ РФ на 1 февраля 2022 г., включены: наземная доставка контейнера с грузом весом 27 тонн нетто; фрахт; дизель-генератор; ветеринарное и таможенное оформление; внутрипортовое экспедирование; взвешивание контейнера, отправка оригиналов документов получателю. Общее транзитное время из Владивостока в Роттердам составляет около 45–50 дней.

Ориентировочная стоимость морской доставки одного рефрижераторного 40-футового контейнера с грузом весом 27 тонн из порта Пусан (Республика Корея) до Роттердама в феврале 2022 г. составляла 15 000 долл. США. Общее транзитное время из Пусана в Роттердам составляет около 40–45 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 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

## **Сопровождение груза при пересечении границы**

### **Таможня**

Таможенное оформление экспорта рыбной 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;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Оформление экспортной декларации возможно на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы России.

Более подробно порядок таможенного оформления описан в разделе 4.1. «Особенности таможенных процедур».

### **Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки**

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

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (в случае его оформления);
- инвойс;
- спецификация;

- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- декларация таможни с печатью о вывозе товара с территории России.

## Логистические риски

При продаже товара на условиях Incoterms риски экспортера/отправителя по хранению и доставке продукции отнюдь не исключаются. 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 отправителя груза.

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. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В этой ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет 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

При выходе на рынки ЕС в первую очередь следует помнить о том, что каждая европейская страна применяет собственные правила и законы в отношении инвесторов из стран, не входящих в союз, которые хотят открыть свой бизнес. Формально ЕС реализует единую иммиграционную политику в рамках Шенгенского соглашения, однако на практике каждая страна по-своему регулирует вопросы миграции и ведения бизнеса. В одних странах ЕС нерезидентам открыть бизнес довольно легко, в других — практически невозможно.

### Особенности бизнеса в ЕС

Несмотря на различия в законах, регулирующих выдачу разрешений на ведение бизнеса, в большинстве европейских стран действует общее правило: для открытия бизнеса иностранным гражданам не требуется рабочая виза. Достаточно оформить вид на жительство в соответствующей стране и выбрать одну из следующих форм:

- индивидуальное предпринимательство;
- товарищество;
- филиал;
- офис иностранной или местной компании.

Чтобы [начать бизнес](#), нужно пройти государственную регистрацию, получить налоговый идентификатор, а также зарегистрироваться в системе социального обеспечения. В некоторых случаях требуется внесение в реестр торговой палаты, причем во многих странах торговые палаты предоставляют полезную информацию и консультации по бизнес-планам.

Для повышения конкурентоспособности отдельные страны ЕС создают специальные инвестиционные режимы в рамках особых экономических зон (см. Приложение №1).

### Формы торговли с ЕС

Российские экспортеры могут вести [торговлю со странами ЕС](#) либо через дистрибьюторов/агентов, либо, используя модель прямых продаж.

#### Дистрибьюторские и агентские соглашения

Компаниям, планирующим выход на рынки ЕС через дистрибьюторов и торговых агентов, следует убедиться в том, что заключаемые ими соглашения соответствуют требованиям законодательства ЕС и национальных законов. Так,

Директива ЕС № 86/653/ЕЕС устанавливает гарантии защиты интересов торговых агентов, которые продают или покупают товары от имени принципалов.

### **Открытие местного офиса**

Для создания дочерней компании или нового предприятия в стране ЕС необходимо знание ее законодательства. Несмотря на ряд общеевропейских директив по регулированию предпринимательства, некоторые ключевые аспекты бизнеса, например, налогообложение, по-прежнему относятся к компетенции государств-членов союза.

### **Прямой маркетинг**

Законодательное регулирование прямых продаж потребительских товаров на уровне ЕС пока не гармонизировано. Однако приняты единые строгие требования в отношении надлежащей информации о товаре для потребителей и использования их персональных данных в соответствии с общеевропейскими правилами электронной коммерции. Наиболее важные законодательные акты ЕС приведены в Приложении №2.

## **5.3. Защита интеллектуальной собственности**

Для эффективной защиты интеллектуальной собственности в странах ЕС важно иметь общую стратегию и знать особенности оформления исключительных прав. Возможны следующие варианты регистрации:

- по мадридской системе — международная заявка позволяет получить охрану в более чем 90 странах мира;
- регистрация товарного знака ЕС — единая заявка подается через европейское ведомство по интеллектуальной собственности в отношении всех стран союза;
- через национальные патентные ведомства отдельных государств — для каждой выбранной страны подается отдельная заявка.

**Международная регистрация** позволяет уменьшить расходы на подачу заявки и выбрать наибольшее количество стран, если планируется обеспечить защиту товарного знака за пределами ЕС.

Процесс международной регистрации включает следующие этапы:

- подача заявки на национальную регистрацию в местное патентное ведомство (в случае российских компаний — в Роспатент);

- на базе национальной заявки в Роспатент подается международная заявка;
- Роспатент передает международную заявку в ВОИС;
- ВОИС передает заявку в патентное ведомство выбранной заявителем страны;
- патентное ведомство проводит собственную экспертизу и регистрирует товарный знак с выдачей свидетельства или направляет предварительный отказ.

Мадридская заявка заполняется на английском, французском или испанском языке. Ее рассмотрение можно отслеживать по базе [Global Brand Database](#). Стоимость международной регистрации равна сумме пошлины мадридской системы (рассчитывается по [калькулятору ВОИС](#)) и [пошлины Роспатента за обработку международной заявки](#).

Общеввропейская регистрация товарного знака и дизайна логотипа осуществляется через Ведомство по интеллектуальной собственности ЕС ([EUIPO](#)). Выдача патентов ЕС находится в ведении Европейского патентного ведомства ([EPO](#)).

## Товарный знак ЕС

Товарным знаком в ЕС считается обозначение, состоящее из сочетания букв, слов, символов, звуков и/или изображений, которые отличают товары и услуги, выпускаемые или предоставляемые одной компанией, от товаров и услуг других производителей. Европейский товарный знак (EUTM) обеспечивает защиту во всех странах ЕС.

Процесс оформления товарного знака состоит из следующих шагов:

- 1) [Предварительный поиск](#), чтобы убедиться в отсутствии идентичных обозначений. Представлять интересы иностранной компании могут патентные поверенные, аккредитованные в EUIPO.
- 2) Подача заявки в письменной или электронной форме через [сайт EUIPO](#). Документы оформляются на одном из официальных языков ЕС — английском, французском или немецком. При подборе товарных групп, на которые будет распространяться защита, нужно использовать классификатор МКТУ<sup>4</sup>. За каждый дополнительный класс платится отдельная регистрационная пошлина.

---

<sup>4</sup> [Международная классификация товаров и услуг](#) включает 34 класса товаров и 11 классов услуг.

- 3) Экспертиза обозначения и его описания. В части формальной экспертизы проводится проверка правильности и полноты заполнения форм. Устанавливается различительная способность знака.
- 4) Публикация сведений о заявке в официальном бюллетене EUIPO. Публикация дает преимущество в плане конвенционного приоритета при сравнении с более поздними заявками.
- 5) Выдача свидетельства на товарный знак. Охрана действует в течение 10 лет и может быть продлена без проведения экспертизы.

Аннулирование исключительного права допускается при ликвидации или продаже компании, а также в случае неиспользования товарного знака в течение первых трех лет. Для европейского знака достаточно подтвердить факт использования на территории любого государства ЕС.

## **Защита прав интеллектуальной собственности в ЕС**

Согласно Директиве ЕС о защите интеллектуальной собственности, все страны союза обязаны обеспечивать применение средств правовой защиты и штрафных санкций в случаях контрафакта и пиратства. При выявлении нарушений со стороны конкурентов правообладатели могут использовать следующие способы защиты:

- [обращение в таможенные органы](#) с запросом о запрете на ввоз/вывоз или об изъятии контрафактной продукции. В зависимости от того, какие права затронуты, запрос может быть как национальным, так и общеевропейским;
- обращение в суд с иском о признании или оспаривании прав на обозначение, о взыскании убытков или компенсации за нарушение. Для привлечения к уголовной ответственности используются нормы патентного права конкретного государства ЕС.

Права интеллектуальной собственности также могут защищаться в порядке арбитража или посредством медиации. Эти способы урегулирования споров обычно являются более простыми и менее затратными.

**Продвижение продукции**

---



**6**



Содержание

---

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки

## **6.1. Ключевые факторы успеха на рынке**

### **Экологичность и безопасность рыбного промысла**

В странах ЕС большое внимание уделяется вопросам, связанным с бережным использованием природных ресурсов, прозрачностью производственных процессов и безопасностью продукции. Жители европейских стран стараются проявлять экологическую и социальную ответственность, в том числе, в своих потребительских запросах и привычках. В результате покупатели обращают внимание на зоны, способы и условия промысла даже при наличии специальной маркировки продукции, подобной MSC. Это заставляет производителей прикладывать дополнительные маркетинговые усилия, демонстрируя свою приверженность экологическому и безопасному рыболовству.

Российским экспортерам филе минтая следует учитывать указанные тенденции, чтобы завоевать доверие европейских потребителей. Рекомендуется обеспечить доступность и прозрачность информации о происхождении, акватории вылова рыбы, прослеживаемость прохождения рыбного сырья от мест вылова до получения готовой продукции, в том числе, информации о технологическом процессе, которую покупатели могли бы проверить на сайте поставщика. Кроме того, следует обеспечить соответствие продукции принципам устойчивого развития и провести сертификацию MSC.

### **Поставки минтая для потребностей перерабатывающей промышленности**

Перерабатывающие предприятия играют ключевую роль в цепочке поставок мороженого минтая в страны ЕС. На сектор пищевой переработки приходится самая большая доля потребления мороженого минтая в ЕС. Ведущие производители продуктов питания, как правило, импортируют замороженное филе напрямую от поставщиков.

Предприятия пищевой промышленности перерабатывают минтай, замороженный крупными блоками по 7,5 кг. Один из основных продуктов переработки замороженного филе — рыбные палочки.

Основные перерабатывающие мощности ЕС сосредоточены в Германии и Франции. Крупнейшими производителями готовой продукции и полуфабрикатов из минтая являются компании Frosta (Германия), Marès Seafood и Coraya (Франция). Ведущий производитель замороженных продуктов питания в балканских странах — Fortenova Group, принадлежит компании Nomad Foods из Великобритании.

Для расширения своего присутствия на рынке ЕС российским экспортерам минтая рекомендуется налаживать связи с европейскими перерабатывающими компаниями и делать акцент на прямые поставки рыбы.

## **Минтай — популярный продукт в сфере общественного питания**

Европейские потребители считают рыбу здоровой альтернативой мясу. Филе минтая входит в число самой продаваемой рыбной продукции в секторе общественного питания во всех странах ЕС. Временные ограничения в работе предприятий гостиничного бизнеса и общественного питания, школ и детских садов в период пандемии COVID-19, а также увеличение числа людей, работающих дома, привело к уменьшению потребления рыбы и морепродуктов в сфере общественного питания и увеличению спроса на них в розничной торговле. Однако ожидается, что по мере нормализации эпидемиологической обстановки сектор общественного питания постепенно восстановит свои позиции и продолжит развиваться. В долгосрочной перспективе это может способствовать повышению спроса на замороженное филе минтая со стороны HoReCa. В связи с этим российским экспортерам рекомендуется налаживать долгосрочные деловые связи с крупными сетями предприятий общественного питания.

## **6.2. Отраслевые выставки**

### **Seafood Expo Global / Seafood Processing Global**

Крупнейшее событие в европейской рыбной отрасли в 2022 г. В предыдущей выставке приняли участие более 2 000 компаний-экспонентов из 89 стран мира, а число посетителей-покупателей рыбной продукции превысило 29 тыс.

**Сайт:** <https://www.seafoodexpo.com/>

**Место и время проведения:** Испания, Барселона, 26–28 апреля 2022 г.

**Важно!** Для участия в Seafood Expo Global / Seafood Processing Global российскому производителю-экспортеру необходимо зарегистрироваться на выставке в качестве экспонента или посетителя самостоятельно, либо в составе российской делегации от рыбохозяйственного комплекса. В последнем случае организационные мероприятия осуществляются специализированным оператором от российской стороны во взаимодействии с Росрыболовством.



## Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia

Важнейшее конгрессно-выставочное мероприятие российской рыбной промышленности. В Seafood Expo Russia принимают участие рыбоводящие и перерабатывающие компании, предприятия аква- и марикультуры, разработчики оборудования, судостроительные и судоремонтные организации, производители кормов и добавок, а также компании, предлагающие решения по упаковке, хранению, грузоперевозкам и т.д. В рамках конгресса Global Fishery Forum обсуждаются важнейшие вопросы развития рыбной отрасли.

**Сайт:** <https://seafoodexporussia.com/>

**Место и время проведения:** Россия, Санкт-Петербург, 21–23 сентября 2022 г.

## Европейские выставки и ярмарки регионального значения

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>WorldFood Poland</b>  Международная выставка продовольствия и напитков  <a href="https://www.worldfood.pl/home/">https://www.worldfood.pl/home/</a>	<b>Варшава, Польша</b> EXPO XXI Warsaw	05 – 07.04.2022
<b>Taste of Amsterdam</b>  Международный фестиваль продуктов питания, ресторанных блюд  <a href="https://tasteofamsterdam.com/">https://tasteofamsterdam.com/</a>	<b>Амстердам, Нидерланды</b> Amstelpark	02 – 05.06.2022
<b>Nor-Fishing</b>  Международная выставка рыбной промышленности  <a href="https://nor-fishing.no/en/">https://nor-fishing.no/en/</a>	<b>Тронхейм, Норвегия</b> Trondheim Spektrum	23 – 26.08.2022

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p><b>Fish international</b></p> <p>Международная выставка рыбной промышленности, рыбы и морепродуктов</p> <p><a href="https://fishinternational.de/en/">https://fishinternational.de/en/</a></p>	<p><b>Бремен, Германия</b> Messe Bremen</p>	<p>04 – 06.09.2022</p>
<p><b>Natexpo France</b></p> <p>Международная выставка органических, здоровых и экологически чистых продуктов</p> <p><a href="https://natexpo.com/">https://natexpo.com/</a></p>	<p><b>Лион, Франция</b> Eurexpo Lyon</p>	<p>18 – 20.09.2022</p>
<p><b>Polagra</b></p> <p>Международные выставки, посвященные продуктам питания и напиткам, а также товарам и инновациям в секторе HoReCa</p> <p><a href="https://polagra.pl/pl">https://polagra.pl/pl</a></p>	<p><b>Познань, Польша</b> Poznan International Fair</p>	<p>26 – 28.09.2022</p>
<p><b>Eat &amp; Style Hamburg</b></p> <p>Международная выставка-фестиваль гастрономии</p> <p><a href="https://eat-and-style.de/hamburg/">https://eat-and-style.de/hamburg/</a></p>	<p><b>Гамбург, Германия</b> Messe Hamburg</p>	<p>29 – 30.10.2022</p>
<p><b>FoodTech Herning</b></p> <p>Международная выставка-ярмарка пищевой промышленности</p> <p><a href="https://www.foodtech.dk/">https://www.foodtech.dk/</a></p>	<p><b>Хернинг, Дания</b> MCH Messecenter Herning</p>	<p>01 – 03.11.2022</p>
<p><b>Fisch &amp; Feines</b></p> <p>Международная выставка-ярмарка рыбы и морепродуктов, деликатесов и закусок, крафтового пива</p> <p><a href="https://fisch-feines.de/">https://fisch-feines.de/</a></p>	<p><b>Бремен, Германия</b> Messe Bremen</p>	<p>04 – 06.11.2022</p>

# Особенности деловой культуры

---





Европейцы, как правило, отличаются повышенным формализмом и придают большое значение соблюдению этикета. Пунктуальность и обязательность — непреложные правила европейской деловой культуры. Высоко ценятся профессионализм, открытый стиль общения, умение вести конструктивный диалог, избегая пустой риторики, двусмысленности и неопределенности. Для европейцев важно, чтобы все предложения и замечания носили сугубо деловой и конкретный характер.

## **Планирование и проведение встреч**

Европейцы как деловые партнеры очень организованны, ответственны и педантичны. Ценят порядок и точность. Четко все планируют. Деловые встречи всегда хорошо структурированы.

Встречи планируются заранее, например за две недели, и начинаются в назначенное время. Как правило, они проходят четко по графику, особенно строго соблюдают регламент в Германии и странах Северной Европы. Крайне важно прийти на встречу вовремя, а еще лучше — за 10–15 минут до ее начала. Опоздания расцениваются как грубое нарушение бизнес-этикета и неуважение. Вынужденную задержку необходимо обосновать и по возможности предупредить о ней заранее. Самое худшее — отменить встречу в последний момент.

В отличие от представителей азиатских культур, европейцы не тратят много времени на налаживание личных отношений с партнерами до начала обсуждения деловых вопросов. Они сосредоточены на бизнес-целях, а не на личности партнера, и предпочитают знакомиться ближе в процессе переговоров. Предусмотренные этикетом светские беседы, предшествующие обсуждению дел, по возможности сводятся к минимуму. Европейцы ценят свое и чужое время и обычно стремятся приступить к разговору по существу уже на первой встрече, сразу после официального знакомства.

Одни европейцы готовы вести дела с незнакомыми партнерами, другие стараются подстраховаться. Например, в Нидерландах допустимо напрямую отправлять деловые письма по электронной почте лицам, с которыми вы хотели бы встретиться и наладить сотрудничество. В Германии для установления бизнес-отношений лучше прибегнуть к посредничеству банка, представительства или торгово-промышленной палаты (Industrie und Handelskammer). В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти по рекомендации, через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями.

## **Этикет приветствия**

По правилам европейского официального этикета, при знакомстве и приветствии высший приоритет имеет статус, то есть должность, чин, влияние, затем при прочих равных условиях — возраст, и только потом — пол. В отличие от светской жизни, в официальной обстановке женщины не требуют к себе особого отношения и чрезмерная галантность будет неуместной. По нормам

современного международного делового этикета женщина — это, прежде всего, равноправный бизнес-партнер.

Представляя участников встречи, называют их имя, фамилию, должность/звание и организацию. Порядок представления определяется следующими принципами:

- нижестоящего по статусу представляют вышестоящему;
- при равенстве статусов младшего по возрасту представляют старшему;
- мужчину представляют женщине;
- одного человека представляют группе;
- вновь прибывшего представляют собравшимся, но, если пришедший заслуживает по каким-либо причинам особого почтения, то уместен обратный порядок.

Приветствие и прощание начинаются с рукопожатия. Это относится и к мужчинам, и к женщинам. Рукопожатие должно быть энергичным, достаточно крепким и коротким (2–3 секунды) с прямым зрительным контактом. Рукопожатие, которое длится чуть дольше и сопровождается теплой, приветливой улыбкой, демонстрирует дружелюбие. Однако чересчур долгое и сильное рукопожатие вызывает раздражение. Также нельзя трясти чужую руку. Невежливо при рукопожатии держать другую руку в кармане, смотреть в сторону или продолжать разговаривать с кем-либо. Нельзя пожимать руку через стол, какую-либо перегородку, над уже соединенными руками других людей. Первым подает руку человек, которому представили другого, более старший по статусу/возрасту — младшему, женщина — мужчине. Если женщина не иницирует рукопожатие, можно просто кивнуть ей и/или слегка поклониться.

В официальных ситуациях и на первом этапе знакомства стиль общения с деловыми партнерами носит формальный характер. В Германии к ним принято уважительно обращаться «герр», «фрау», затем называется профессиональный титул или научная степень и фамилия. Во Франции используют традиционные обращения «месье» и «мадам». Если беседа ведется на английском языке — «мистер», «миссис», «мисс». Называть человека по имени и/или переходить с ним на «ты» можно только после того, как он сам предложит это сделать.

Европейцы весьма чувствительны к нарушению личного пространства. Комфортная для них дистанция делового общения — расстояние вытянутой руки.

## **Стиль одежды**

В Европе большое значение придается безукоризненному деловому облику. Небрежность недопустима. Деловой стиль одежды предполагает сдержанность и элегантный консерватизм. Для мужчин обязателен темный костюм с галстуком, для женщин — строгий костюм с брюками или юбкой.

## **Подарки**

Во время деловых встреч подарками не обмениваются, но можно вручить небольшой презент уже после успешного завершения переговоров. Предпочтительны недорогие сувениры, особенно, изготовленные из натуральных материалов. В качестве подарков также будут уместны художественные альбомы, записи классической музыки и т.д. Главное правило — партнеры не должны расценить подарок как способ влияния на них.

## **Визитные карточки**

Деловое знакомство сопровождается обменом визитными карточками, который обычно следует после приветствий и рукопожатий, но ситуативно допускается и в конце встречи. На визитках следует указать должность, звание, профессиональные титулы, полные контактные данные. Имеет смысл подготовить визитки на языке деловых партнеров — это будет воспринято как знак уважения.

Визитную карточку принято подавать и принимать правой рукой, даже если вы левша. При вручении визитки зарубежному партнеру следует четко произнести свою фамилию и имя, чтобы в дальнейшем не было затруднений при общении. Точно так же, получив визитку, вы должны изучить ее и сразу не убирать, а прочитать вслух фамилию и имя владельца. Нельзя класть визитку в присутствии владельца в задний карман брюк. Врученные вам карточки можно положить в визитницу или держать во время встречи перед собой на столе, чтобы правильно произносить и не путать имена партнеров.

## **Деловое общение**

Формула успеха в Европе — профессионализм, разговор по существу, последовательность в ведении дел, ответственность и надежность. Как правило, европейцы тщательно готовятся к переговорам, досконально изучают все аспекты (коммерческие, юридические и т.д.) поступающих предложений, скрупулезно прорабатывают свою позицию. Учитывая это, зарубежным партнерам нужно готовиться к встречам столь же основательно.

Европейские бизнесмены предпочитают открытую линию поведения, ясный, прямой диалог. Они стараются четко излагать свою позицию в бизнесе и того же ждут от партнеров.

Европейцы не допускают давления со стороны. Они достаточно жестко ведут переговоры и твердо отстаивают свою позицию. Однако при общей вежливости и отсутствии намерения нанести обиду это редко мешает деловым отношениям.



Европейские предприниматели — люди прагматичные и рациональные. Они стремятся избежать рисков, поэтому, проявляя разумную осторожность, вникают во все детали и по несколько раз все перепроверяют. Принятие решения может быть отложено, если возникли неясности, сомнения, не хватает информации, появилась необходимость проконсультироваться с экспертами и коллегами. Поэтому темп продвижения переговоров может быть разным, но обычно он выше, чем при общении с представителями азиатских стран. Любые попытки ускорить процесс принятия решений могут лишь навредить. Как бы ни затягивались обсуждения, как бы ни были въедливы европейские партнеры, старайтесь всегда сохранять выдержку и терпение. Пытаясь изменить в свою пользу ход переговоров, никогда не следует намекать, что кто-то предлагает вам более выгодные условия сделки.

Европейцы не любят торговаться, поэтому сразу называйте реалистичные цены. Делая доклад или устраивая презентацию, приступайте к сути без лишних преамбул, оперативно и четко. Будьте максимально точны в цифрах, фактах, датах. Старайтесь объективно показать все достоинства вашего предложения, используя убедительные доводы, подробную, достоверную информацию и конкретные примеры.

Во время делового общения поддерживайте прямой, но ненавязчивый зрительный контакт — это создает атмосферу искренности, взаимной симпатии и заинтересованности. Не перебивайте партнера, не задавайте отвлеченных вопросов. Вмешиваться допустимо, только если у вас возникнет неотложный вопрос, относящийся непосредственно к делу. В остальных случаях запишите свои вопросы и задайте их, когда для этого представится подходящий момент. Не пытайтесь разбавить суховатый стиль европейского партнера шуткой. Скорее всего, уместной она покажется только вам. Юмор иногда полезно использовать, но с предельной осторожностью и в небольших дозах.



В ситуациях спора или несогласия не следует слишком энергично и напористо доказывать свою точку зрения. Ни в коем случае не повышайте голос и избегайте активной жестикуляции. На возражения недопустимо отвечать в категоричном тоне, используя фразы «Это никуда не годится», «Нам это не подходит». Резкая критика и пренебрежение позицией партнеров не способствуют продуктивному общению. Даже если результат встречи оказался неудовлетворительным, следует вежливо попрощаться, не демонстрируя разочарование или недовольство.

Язык переговоров зависит от национальной принадлежности партнеров. Французы предпочитают свой родной язык, даже если владеют английским. В Нидерландах деловые люди прекрасно говорят по-английски. Большинство немецких бизнесменов также готовы вести переговоры на английском языке, но на всякий случай рекомендуется иметь своего немецкоговорящего специалиста или воспользоваться услугами переводчика.

Деловые переговоры не должны прерываться телефонными звонками. Если вы действительно ждете важного звонка, заранее предупредите партнеров об этом и переведите телефон в тихий режим. Услышав звонок, извинитесь и для разговора выйдите из переговорной. Отправлять и читать сообщения во время встречи, деловой или личной, недопустимо.

Неформальные бизнес-встречи в Европе, как правило, проводятся в ресторане. Считается, что неофициальная обстановка способствует сглаживанию возможных противоречий, позволяет более свободно высказывать истинное мнение и критические замечания в адрес партнера, не рискуя вызвать его недовольство. Большинство правил, касающихся деловых приемов (бизнес-завтраков, обедов, ужинов), сходно во всех европейских странах. На подобного рода мероприятиях о делах принято говорить после еды. До этого беседа ведется на нейтральные темы. Если встреча проводится с немецким или нидерландским партнером, то будьте готовы платить за себя сами. Во Франции ресторанные расходы, как правило, берет на себя приглашающая сторона.

Европейцы четко разграничивают деловую и частную стороны жизни. В ходе делового общения говорить о личном не принято, хотя строгого запрета нет. Если обстановка к тому располагает, вопросы личного характера задавать можно, но делать это нужно очень тактично, не нарушая общепринятые правила приличия.

Европейцы редко приглашают деловых партнеров к себе домой. Если для вас сделали исключение, это стоит расценивать как свидетельство высокой степени расположения, дружелюбия и доверия. В знак благодарности нужно принести с собой подарок — цветы, коробку дорогих конфет, крепкий алкоголь (например, хорошую водку) или бутылку качественного вина (только если вы хорошо разбираетесь в винах или готовы потратиться на элитную марку). На званый обед/ужин приезжать раньше назначенного времени не принято, но и опаздывать более чем на 10–15 минут непозволительно.

При планировании деловых визитов в европейские страны нужно учитывать традиционное время отпусков (июль-август), рождественские каникулы и нерабочие праздничные дни.

Табл. 17. Государственные праздники в странах Европы в 2022 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Великая (Страстная) пятница	15 апреля
Пасхальный понедельник	18 апреля
День труда	1 мая
Вознесение Господне	26 мая
Духов день	6 июня
Успение Пресвятой Богородицы <sup>5</sup>	15 августа
Рождество	25 декабря
День святого Стефана <sup>6</sup>	26 декабря

*Источник: кроме указанных в таблице, в каждой европейской стране есть свои национальные праздники. Например, во Франции отмечают День победы (8 мая), День взятия Бастилии (14 июля), День перемирия (11 ноября, праздник в честь окончания Первой мировой войны); в Германии — День немецкого единства (3 октября), в Нидерландах — День короля (27 апреля).*

<sup>5</sup> Выходной во многих католических странах.

<sup>6</sup> Отмечается также, как второй день Рождества и День подарков; выходной во многих странах Европы.

# Преимущества и риски осуществления поставок

---





Содержание

---

**8.1.**

Преимущества

**8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### **Рост потребления полуфабрикатов из рыбы**

В странах ЕС наблюдается тренд к увеличению потребления полуфабрикатов из рыбы быстрого приготовления. Европейские потребители, как правило, предпочитают филе в панировке, а в заведениях общественного питания популярны палочки из рыбы. Многие европейцы стараются не тратить время на разделывание охлажденной рыбы, поэтому охотнее приобретают более простые в приготовлении филе и полуфабрикаты. Таким образом, в ЕС можно ожидать увеличения спроса на сырье для изготовления рыбных полуфабрикатов со стороны перерабатывающих предприятий.

### **Повышенное внимание потребителей к качеству и безопасности продуктов питания**

Большинство европейцев очень внимательно относится к своему здоровью, поэтому при выборе продукции приоритетными критериями являются ее качество и безопасность. В частности, растет спрос на экологически чистую и органическую продукцию. Несмотря на высокий уровень доходов, большинство европейцев очень чувствительны к цене, но в то же время готовы платить больше за качественные продукты. Немаловажно, что потребители относятся с доверием к импортным продуктам питания, поскольку страны ЕС традиционно ведут активную внешнюю торговлю.

Исследования показывают, что многие европейские потребители предпочитают дикую морскую рыбу выращенной в рыбных хозяйствах. В частности, распространено мнение, что рыба, выловленная в естественных условиях обитания, обладает лучшими питательными свойствами, разумеется, при условии добычи в экологически чистой акватории. Основное место вылова российского минтая — Охотское и Берингово моря, омывающие полуостров Камчатка. Производство филе минтая осуществляется на борту крупнотоннажных судов-процессоров или на береговых рыбоперерабатывающих заводах, расположенных в ДФО. Российский ареол вылова минтая и производства филе позволяет обеспечить его соответствие требованиям к качеству, натуральности и безопасности поставок, которые так ценятся европейскими потребителями.

### **Перспективы замещения китайского филе вторичной заморозки**

Российский экспорт замороженного филе минтая в страны ЕС уступает по объемам поставкам из Китая и США. Однако 100% поставляемого Китаем филе минтая приходится на продукцию вторичной заморозки, которая считается потребителями менее качественной по сравнению с продукцией первичной заморозки. Поэтому Россия как крупнейший экспортер высококачественного филе минтая первичной заморозки имеет большой потенциал для вытеснения с рынка ЕС китайских поставщиков.

## **8.2. Риски**

### **Нетарифные барьеры входа на рынок**

Экспортируемая в ЕС пищевая продукция должна отвечать жестким техническим регламентам. Так, продукты рыболовства могут ввозиться только при наличии сертификата на улов, который доказывает, что продукт получен в результате легального рыболовства.

Хотя требования к безопасности продуктов питания в ЕС являются одними из самых строгих в мире, большинство европейских импортеров требуют проведения дополнительной сертификации безопасности и качества продукции.

Кроме того, экспортерам следует учитывать особые требования отдельных стран к маркировке. Например, страны ЕС различаются по способам измерения и маркировки содержания воды в рыбных продуктах, а также по используемым коммерческим и научным названиям рыбы.

### **Нехватка производственных мощностей по переработке минтая**

России не хватает собственных мощностей по производству высококачественного филе первичной заморозки, поэтому большая часть добытого минтая поставляется в Китай в виде потрошеной замороженной рыбы. Экспорт добытой рыбы как сырья за рубеж приносит рыболовным компаниям быструю гарантированную прибыль, но ослабляет позиции российских экспортеров охлажденного минтая и замороженного филе на европейском рынке.

# Карта действий экспортера

---



9





**Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта мороженого филе минтая в ЕС**

- 1) Регистрация предприятия во ФГИС «ВетИС».
- 2) Подача в Россельхознадзор через ИС «Цербер» или ФГБУ «НЦБРП» заявления на проведение обследования предприятия на предмет соответствия требованиям законодательства ЕС.
- 3) Прохождение процедуры включения предприятия в реестр экспортеров по согласованию между Россельхознадзором и уполномоченным органом в ЕС.
- 4) Получение сертификата на улов водных биоресурсов, оформляемого территориальным управлением Росрыболовства в любом из регионов ДФО на основании Приказа Министерства сельского хозяйства России от 19.06.2020 г. № 335 «Об утверждении порядка заполнения и утверждения сертификата на улов водных биологических ресурсов»:
  - заявление с приложением заполненного сертификата и требуемых документов подается в территориальном управлении Росрыболовства;
  - должностное лицо территориального управления Росрыболовства вносит информацию в сертификат и принимает решение об его утверждении.
- 5) Оформление производственного, транспортного и экспортного ВСД в системах ФГИС «ВетИС», получение разрешения на экспорт.
- 6) В случае поставки продукции на российский берег для промежуточного складирования, хранения и последующего экспорта:
  - получение разрешения на экспорт в территориальном управлении Россельхознадзора;
  - гашение ВСД в пункте пропуска через государственную границу России, получение Сертификата для ввоза в Евросоюз и размещения на рынке рыбной продукции.

Последовательность действий рыбодобывающего предприятия при осуществлении экспорта мороженого филе минтая:

- 1) Осуществление промысла (добычи) минтая, производство мороженого филе на борту судна.
- 2) Оформление ВСД на каждую из партий произведенной продукции: производственного, транспортного и экспортного (уполномоченным сотрудником территориального управления Россельхознадзора по форме 5i).
- 3) Передача груза продукции на приемно-транспортное судно, гашение транспортного ВСД и выпуск нового транспортного ВСД взамен погашенного (в случае осуществления экспортной поставки с привлечением приемно-транспортного судна).
- 4) Физическая поставка продукции до пункта таможенного и ветеринарного контроля:
  - получение разрешения на экспорт;
  - ветеринарное освидетельствование продукции, гашение транспортного ВСД, получение Сертификата для ввоза в Евросоюз и размещения на рынке рыбной продукции;
  - таможенное оформление продукции.
- 5) Физическая поставка продукции до пункта назначения на территории ЕС.

**Важно!** В связи с тем, что в состав ЕС входят 27 государств для получения наиболее актуальной информации по компетентным ведомствам в конкретной стране, целесообразно воспользоваться [официальным инструментом Еврокомиссии](#).

# Контактная информация

---



10



## Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>L'Assiette Bleue</b>	Переработчик	Адрес: 6248F Rue Montifaut de Haut, 85700 Pouzauges, France Тел.: +33 2515 75100 E-mail: info@assiette-bleue.com Сайт: <a href="https://www.assiettebleue.fr/">https://www.assiettebleue.fr/</a>
<b>Sovintex</b>	Импортер	Адрес: 8 rue la Michodière, 75002 Paris, France Тел.: +33 1476 36465 E-mail: sovintex[a]sovintex.com Сайт: <a href="https://www.sovintex.fr/en/">https://www.sovintex.fr/en/</a>
<b>Kruz Seafood</b>	Импортер	Адрес: Avenue de Passe Temps, Parc d'Activité de Napollon, 13400 Aubagne, France Тел.: +33 4423 69696 E-mail: contact@ kruz-seafood.com Сайт: <a href="http://www.kruz-seafood.com/">http://www.kruz-seafood.com/</a>
<b>Frosta</b>	Производитель продуктов питания	Адрес: Friesenweg 4, Haus 1-3, D-22763 Hamburg, Germany Тел.: +49 4085 41400 E-mail: info@frosta.de Сайт: <a href="https://www.frosta.de/">https://www.frosta.de/</a>
<b>Iglo</b>	Производитель продуктов питания	Адрес: Osterbekstraße 90c, 22083 Hamburg, Germany E-mail: vbinfo@iglo.com Сайт: <a href="http://www.iglo.de">www.iglo.de</a>
<b>Deutsche See</b>	Оптовик	Адрес: Maifischstraße 3-9, 27572 Bremerhaven, Germany Тел.: +49 4711 33000 E-mail: info@deutschesee.de Сайт: <a href="https://www.deutschesee.de/">https://www.deutschesee.de/</a>
<b>Evimare Fish</b>	Импортер	Адрес: 1e Industriedwarsstraat 3, 976 DD Ijmuiden Тел.: +31 255 515 514 E-mail: fish@evimarefish.nl Сайт: <a href="http://eng.sajo.co.kr/en/">http://eng.sajo.co.kr/en/</a>

## Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Hoogendijk Import Export B.V.</b>	Импортер	Адрес: Haringbuisweg 21, 3133 KP Vlaardingen Тел.: +31 102 486 666 E-mail: information@hoogendijk.com Сайт: <a href="https://clck.ru/aftRU">https://clck.ru/aftRU</a>
<b>Parlevliet &amp; van der Plas B.V.</b>	Импортер и переработчик	Адрес: Voorschoterweg 31, 2235 SE Valkenburg ZH Тел.: +31 717 890 000 E-mail: fish@pp-group.eu Сайт: <a href="https://www.pp-group.nl/en-us/">https://www.pp-group.nl/en-us/</a>
<b>Seafood Connection BV</b>	Импортер	Адрес: Postbus 73, 8320 AB Urk Тел.: +31 527 687 066 E-mail: info@seafoodconnection.nl Сайт: <a href="https://clck.ru/aftRW">https://clck.ru/aftRW</a>
<b>Sterk Trading B.V.</b>	Импортер	Адрес: Binnenhaven 1 A, 8531 DS Lemmer Тел.: +31 514 569 256 E-mail: info@sterkfish.nl Сайт: <a href="http://sterkfish.nl/">http://sterkfish.nl/</a>

## Полезные организации

Организация	Контактная информация
Министерство сельского хозяйства Российской Федерации	Адрес: Орликов переулок, 1/11, Москва, 107996, Россия Тел.: +7 (495) 607-80-00 E-mail: info@mcx.gov.ru Сайт: <a href="https://mcx.gov.ru/">https://mcx.gov.ru/</a>
Управление Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору по Приморскому краю и Сахалинской области	Адрес: ул. Воропаева, 33, Владивосток, 690034, Приморский край, Россия Тел.: +7 (423) 296-47-18 E-mail: primnadzor@yandex.ru Сайт: <a href="http://primorsk.fsvps.ru/">http://primorsk.fsvps.ru/</a>
Дальневосточное таможенное управление	Адрес: ул. Гоголя, 48, Владивосток, 90014, Приморский край, Россия E-mail: dvtu_odo@ca.customs.ru Сайт: <a href="https://dvtu.customs.gov.ru/">https://dvtu.customs.gov.ru/</a>

Контактная информация

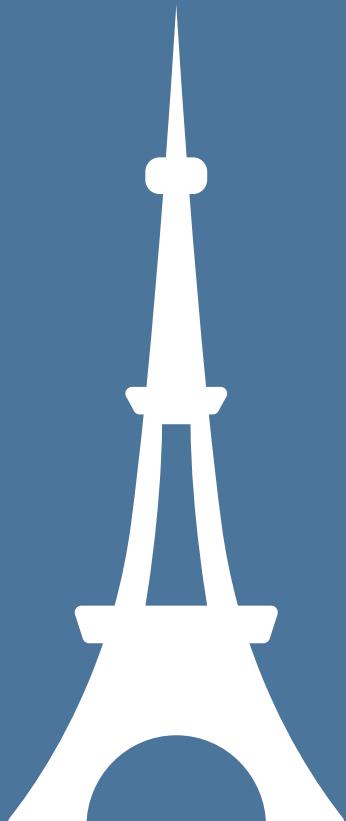
Организация	Контактная информация
Приморское территориальное управление Росрыболовства	Адрес: Петра Великого, 2, Владивосток, 690091, Приморский край, Россия Тел.: +7 (4232) 26-88-60 E-mail: <a href="mailto:primterdep@prim-fishcom.ru">primterdep@prim-fishcom.ru</a>
Европейское агентство по безопасности продуктов питания European Food Safety Authority (EFSA)	Адрес: Via Carlo Magno 1A, 43126 Parma, Italy Тел.: +39 0521 036111 Сайт: <a href="https://www.efsa.europa.eu/en">https://www.efsa.europa.eu/en</a>
Европейская ассоциация переработчиков рыбы и трейдеров и Европейская федерация национальных союзов импортеров и экспортеров рыбы EU Fish Processors and Traders Association (AIPCE) & European Federation of National Organizations of Importers and Exporters of Fish (CEP)	Адрес: Avenue de Tervueren 188A, box 4, 1150 Brussels, Belgium Тел.: +32 (0)2 761 16 49 Сайт: <a href="https://www.aipce-cep.org/">https://www.aipce-cep.org/</a>

**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---







## 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 омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.


**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 приобретение топлива рыболовецкими компаниями**

Компенсация до 30% прямых понесенных затрат от стоимости судового топлива, при условии осуществления вылова в удаленных районах промысла.

**Отрасли:**  рыбная отрасль  
(рыба и морепродукты)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и Росрыболовство

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.06.2021 № 1023](#)

## 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»

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

## 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.

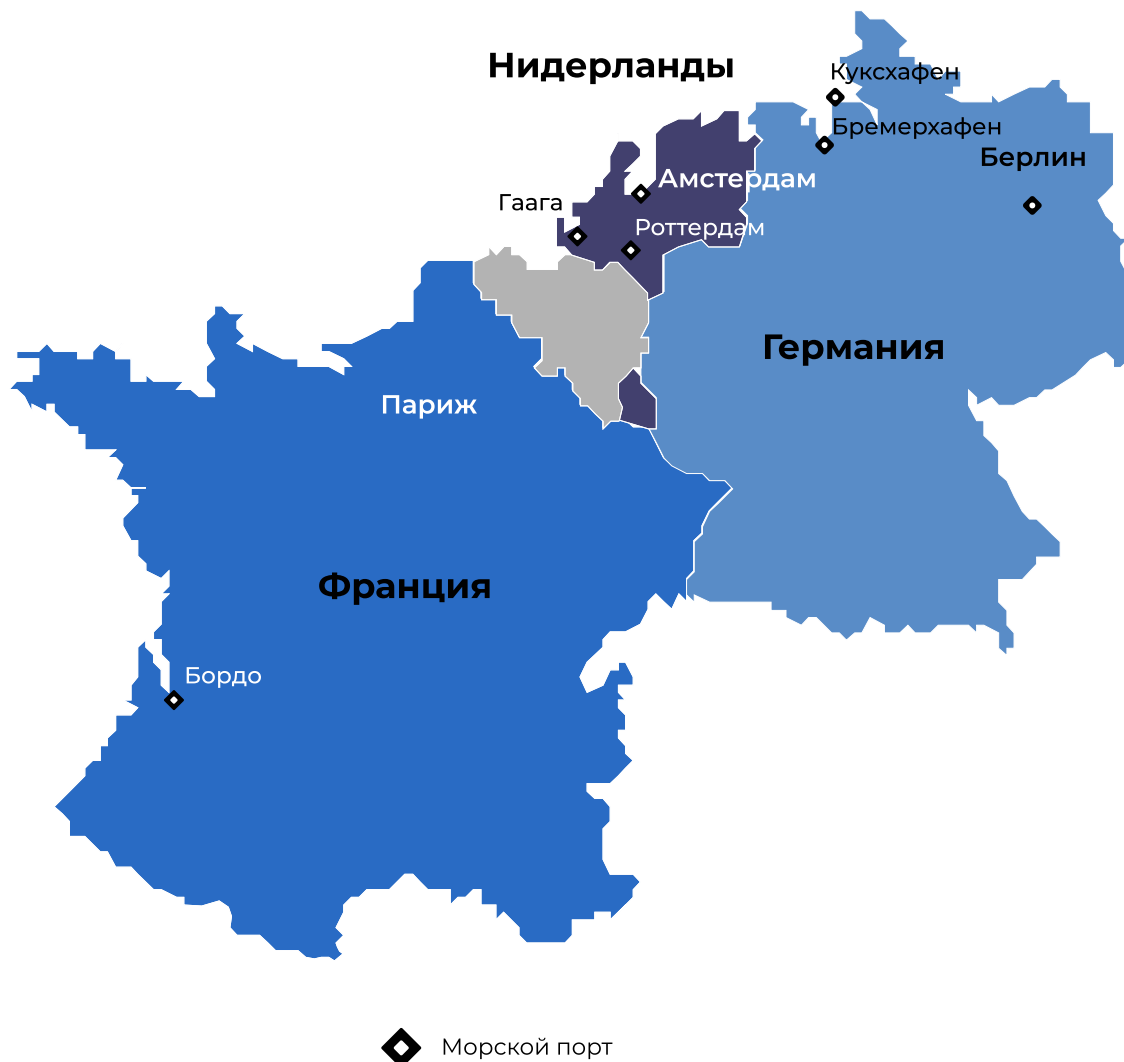
**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

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



# Приложение №1. Особые экономические зоны



◆ Морской порт

## Столица страны

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

Свободные торговые и экономические зоны существуют в ряде стран ЕС. Они предоставляют существенные преимущества компаниям, импортирующим товары в еврозону. Для российских поставщиков филе минтая наиболее актуальна информация о тарифно-преференциальном режиме в Германии, Франции и Нидерландах в связи с тем, что именно эти страны являются основными импортно-экспортными хабами для минтая в ЕС.

## Германия

В Германии расположены две зоны свободной торговли — свободный порт Бремерхафен и свободный порт Куксхафен, которые могут использоваться национальными и зарубежными компаниями для хранения и перевалки грузов. Портовые районы отделены от остальной таможенной территории Германии и ЕС. При въезде/выезде товары проверяются таможенными органами и составляются импортные/экспортные декларации. Срок хранения в пределах свободной зоны не ограничен<sup>7</sup>. Товары не облагаются налогами, хотя находятся в портах. Для них отменен налог с продаж на внутреннем рынке Германии. Однако некоторые сделки с последующей продажей на внутреннем рынке облагаются налогом на потребление<sup>8</sup>.

**Бремерхафен / Freihafen Bremerhaven** площадью 4 млн м<sup>2</sup> является четвертым по величине контейнерным портом в Европе<sup>9</sup>. Поддерживает различные направления бизнеса, в основном в сфере грузовых перевозок, хранения, погрузочно-разгрузочных работ и транспортировки, подготовки транспортных средств и хранения нефтепродуктов.

**Куксхафен / Freihafen Cuxhaven** площадью около 147,8 тыс. м<sup>2</sup> в основном привлекает компании, занимающиеся хранением и транспортировкой мороженой рыбы<sup>10</sup>.

В порту временно освобождаются от налогообложения товары, помещенные под следующие таможенные процедуры:

- размещение в свободной зоне или на свободном складе;
- временное хранение;
- таможенный склад или таможенная переработка;
- временный ввоз;
- таможенный транзит.

---

<sup>7</sup> Подробнее см. ст. 238 Таможенного кодекса Европейского Союза ([Union Customs Code](#)).

<sup>8</sup> <https://clck.ru/Vjp9Q>

<sup>9</sup> <https://clck.ru/VjpLR>

<sup>10</sup> <https://clck.ru/VjpMn>

## Франция

Во Франции существует свободная зона **Лё Вердон / Le Verdon**, которая является частью порта Бордо ([port Bordeaux](#)). Сам порт относительно небольшой — осадка у причала 12,5 м, 3 причала, 2 козловых крана и склад площадью 12 тыс. м<sup>2</sup>. На территории зоны строится контейнерный терминал<sup>11</sup>. Свободная зона Лё Вердон площадью 69 га специализируется на обработке контейнеров и импорте лесоматериалов. Это свободная зона типа I<sup>12</sup>, которая функционирует по таможенной процедуре свободного склада: все товары, размещенные на территории, автоматически подпадают под режим свободной зоны и проходят таможенную проверку, когда ввозятся и вывозятся из нее.

В настоящее время минтай импортируют несколько французских компаний, информация о которых представлена в каталоге [по ссылке](#).

## Нидерланды

Нидерланды являются страной, через которую многие экспортеры сельскохозяйственной и прочей продовольственной продукции заходят на рынок ЕС. В стране нет зон свободной торговли или свободных портов для беспошлинной обработки и переработки товаров. При этом существует широкий спектр решений без уплаты таможенных пошлин для таможенного хранения, консолидации грузов и изменения конфигурации товаров, прибывших из стран, не входящих в ЕС. Таможенные склады, места временного хранения и свободные склады, расположенные вдоль торговых путей и пунктов въезда в страну, находятся в Нидерландах под контролем таможенных органов<sup>13</sup>.

### Таможенные склады, свободные склады и логистика

Товары на таможенных складах могут храниться неограниченное количество времени. Импортерам доступны склады типа В (государственные) и С, D, E (частные) в зависимости от видов деятельности. Складов типа А и F в Нидерландах нет. По разрешению таможенной службы Нидерландов товары на таможенных складах могут быть переупакованы (для сбыта, перепродажи или дальнейшего хранения). Кроме того, может быть улучшен товарный вид / коммерческое качество товара (например, нанесена маркировка)<sup>14</sup>. Компании, желающие получить таможенную сертификацию складского помещения, должны подать заявку через портал [EU Trader Portal](#).

---

<sup>11</sup> <https://clck.ru/ag7P7>

<sup>12</sup> <https://clck.ru/ag7Pi>

<sup>13</sup> <https://clck.ru/ag7QA>

<sup>14</sup> <https://clck.ru/ag7U7>

Свободные склады — это закрытые здания или территории, находящиеся под охраной таможни. Такие склады являются потенциальным решением для компаний, чья документация не соответствует требованиям содержания груза на частных таможенных складах. Товары, хранящиеся на свободном складе, имеют такой же таможенный статус, как и товары, находящиеся за пределами таможенной территории ЕС. Хотя любой человек может хранить там товары, работать без присутствия сотрудника таможни запрещено.

По данным Голландского дистрибутивного совета (Holland International Distribution Council, [HIDC](#)) — торговой группы, продвигающей голландскую логистическую отрасль, существуют отдельные преимущества импорта через Нидерланды:

- легкость получения таможенных лицензий по сравнению с другими странами ЕС;
- легкость получения решения таможенных органов Нидерландов (например, по таможенной оценке) по сравнению с другими странами ЕС;
- отсрочка уплаты НДС и наличие таможенного склада;
- высокая степень цифровизации голландской таможенной службы<sup>15</sup>.

Нидерланды являются родиной логистики — одной из самых развитых отраслей мира. Размеры фирм варьируются от небольших операторов до гигантских организаций, предлагающих широкий спектр услуг: от складирования, упаковки, перемаркировки, транспортировки, ремонта до услуг по уплате налогов и выставлению счетов<sup>16</sup>. За консультацией по выбору логистической компании импортеры могут обратиться в HIDC<sup>17</sup>. [Журнал Logistiek](#) в партнерстве с консалтинговой компанией BCI Global предлагает ежегодный рейтинг 100 лучших логистических провайдеров страны<sup>18</sup>.

## Импорт морепродуктов

Фонд [Dutchfish.nl](#) по поддержке голландской рыбной промышленности предлагает инструменты для импортеров и экспортеров морепродуктов в Нидерландах. С помощью настройки фильтров в каталоге на сайте пользователи могут определить, какие компании в настоящее время импортируют различные виды морепродуктов (параметры поиска можно конкретизировать — например, живые, свежие, замороженные и т.д.).

---

<sup>15</sup> <https://clck.ru/ag7Ui>

<sup>16</sup> <https://clck.ru/ag7dL>

<sup>17</sup> <https://clck.ru/ag7W8>

<sup>18</sup> <https://clck.ru/ag7WL>

# Приложение №2.

## Нормативно-правовая база

При выходе на рынок ЕС рекомендуется учитывать положения следующих нормативно-правовых документов:

- [Кодекс ЕС экспорт-комплаенс](#);
- [Регламент ЕС № 952/2013 о Таможенном кодексе ЕС](#);
- [Регламент ЕС № 1308/2013 об общей организации рынков сельскохозяйственной продукции](#);
- [Директива № 2011/7/EU «О противодействии задержкам платежей в коммерческих сделках](#)»;
- [Директива № 2004/48/CE «О защите прав на интеллектуальную собственность](#)»;
- [Директива №2002/65/ЕС «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг](#)»;
- [Директива № 2000/31/ЕС «Об электронной торговле](#)»;
- [Директива № 86/653/ЕЕС «О координации законов стран ЕС в отношении торговых агентов](#)».

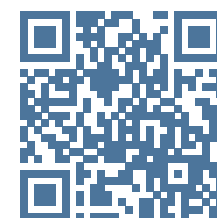
Более подробно с положениями законодательства ЕС можно ознакомиться на правовом портале [EUR-Lex](#).

# 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.



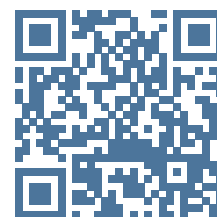
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



[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](http://www.t.me/mcxae)

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

## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

Телефон: **+7 495 280-74-49**

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>



