

Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Германия



Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Германия

Гид создан при участии:



АСКОНД

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта шоколадных кондитерских изделий в Германию. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт шоколадных кондитерских изделий в Германию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2022.

© Все права защищены.

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



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	6
Введение	9
1. Краткий обзор — Германия	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции	21
1.3. Деловая среда	23
1.4. Демографические тенденции.....	25
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	27
2. Обзор рынка.....	29
2.1. Объем и динамика рынка	31
2.2. Потребительские предпочтения	44
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	45
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	48
3. Стандарты на продукцию	50
3.1. Требования к производителям	52
3.2. Требования к продукции.....	53
3.3. Требования к упаковке и маркировке	56
4. Барьеры входа на рынок.....	58
4.1. Особенности таможенных процедур.....	60
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	61
5. Организация экспортных поставок	64
5.1. Логистика.....	66
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	75
5.3. Формы присутствия на рынке	78
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	84
6. Продвижение продукции	89
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	91
6.2. Отраслевые выставки.....	93
7. Особенности деловой культуры	94
8.Преимущества и риски осуществления поставок	99
8.1. Преимущества.....	101
8.2. Риски.....	102

9. Карта действий экспортера	105
10. Контактная информация	109
11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	114
Приложение №1. Нормативно-правовая база.....	123
Приложение №2. Особые экономические зоны	125

Резюме

- Экономика Германии — экспортно-ориентированная. Экспортируемая продукция АПК — в основном продукты с высокой добавленной стоимостью, такие как свинина, шоколад, сыры и хлебобулочные изделия.
- Германия — один из крупнейших мировых производителей шоколада и шоколадных конфет с объемом производства около 1,3 млн тонн в 2021 г. Шоколадные кондитерские изделия (КИ) в 2021 г. занимали второе место по объему экспорта продукции АПК Германии (5 373,7 млн долл. США), но при этом находились на седьмом месте по объему импорта (2 562,2 млн долл. США).
- Крупнейшими поставщиками вне ЕС шоколада и шоколадных КИ в Германию являются Швейцария и Великобритания. Страны ЕС имеют беспошлинный доступ на рынок Германии; нулевые пошлины также действуют на экспорт этой продукции из Швейцарии.
- Объем потребления шоколадных КИ в Германии в 2021 г. составил 976 тыс. тонн. Большая часть шоколада, потребляемого в Германии, реализуется через розничные каналы — на них приходится около 75% всего потребления. Чуть менее 25% потребляется сектором переработки. Шоколад в Германии широко востребован как ингредиент в составе других видов кондитерской продукции, например, выпечки. Крупнейший канал розничной продажи шоколадных КИ — дискаунтеры, такие как Lidl и Aldi.
- Наибольшая доля розничных продаж шоколадных КИ в 2021 г. приходилась на шоколад с начинкой, шоколад с зерновыми, орехами или фруктами и шоколадные конфеты.
- Потребители все чаще предпочитают премиальные и инновационные продукты, такие как темный шоколад с повышенным содержанием какао, шоколад с новыми ингредиентами и необычными вкусами, веганский шоколад, органическую продукцию, а также продукты «справедливой торговли» (fair trade).
- Размер ввозной таможенной пошлины на шоколад и шоколадные КИ в Германию зависит от содержания в продукте молочного жира, молочного белка, сахара и крахмала. Чем больше доля этих ингредиентов, тем выше ставка пошлины.
- Помимо соблюдения обязательных стандартов на продукцию, ввозимую в страны ЕС, добровольные стандарты (к примеру, экологическая сертификация) становятся все более важными для коммерческого успеха.

Список сокращений

Иностранные сокращения

ADFM	Additional duty on flour contents — дополнительная пошлина на содержание муки
ADSZ	Additional duties on sugar contents — дополнительные пошлины на содержание сахара
ADSZR	Reduced additional duty on sugar contents — пониженная дополнительная пошлина на содержание сахара
AG	Aktiengesellschaft — открытое акционерное общество
BRC	British Retail Consortium — Британский консорциум предприятий розничной торговли
CE	Conformité Européenne — знак «европейское соответствие»
CMR	Международная товарно-транспортная накладная
Destatis	Statistisches Bundesamt — Федеральное статистическое управление Германии
DPMA	Deutsche Patent- und Markenamt — Ведомство по патентам и торговым знакам Германии
EA	Agricultural component — дополнительная пошлина на продукцию, имеющую определенное содержание молочного жира, молочного белка или крахмала/глюкозы
ENS	Entry Summary Declaration — ввозная таможенная декларация
EUTM	European Union Trade Mark — европейский товарный знак
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations — Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
GFSI	Global Food Safety Initiative — Глобальная инициатива по безопасности пищевых продуктов
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung — общество с ограниченной ответственностью
НАССР	Hazard Analysis Critical Control Points — принципы анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции
HDE	Handelsverband Deutschland — Торговая ассоциация Германии

Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
IFS	International Food Standard — Международный стандарт пищевой продукции
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
KG	Kommanditgesellschaft — коммандитное товарищество
OHG	Offene Handelsgesellschaft — открытое товарищество
UCC	Union Customs Code — Таможенный кодекс ЕС
WGI	Worldwide Governance Indicators — показатели качества и эффективности государственного управления, рассчитываемые по методике Всемирного банка

Русскоязычные сокращения

ВОЗ	Всемирная организация здравоохранения
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВТО	Всемирная торговая организация
ГМО	генетически модифицированный организм
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
КИ	кондитерские изделия
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РНБ	режим наибольшего благоприятствования

Список сокращений

РОУ АПК	региональные органы управления агропромышленным комплексом
СПК	соглашение о повышении конкурентоспособности
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение





Федеративная Республика Германия — является самой густонаселенной и промышленно-развитой страной Европейского союза. Германия является одной из стран-основателей Европейского союза. Это одна из крупнейших экономик мира по уровню ВВП (4 место) и включению в мировую торговлю (3 место по экспорту и импорту). В последние десятилетия основными факторами экономического успеха Германии являются высокая конкурентоспособность продукции, ориентация на экспорт высококачественных и высокотехнологичных товаров, рациональная налогово-бюджетная политика, низкий уровень государственного долга и лидерство в ЕС.

Общие сведения (2021 г.)

ВВП (в текущих ценах): 4 262,8 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 2,6%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 58 757,2 долл. США

Уровень инфляции: 3,2%

Приток ПИИ: 31,3 млрд долл. США

Население: 83,4 млн человек

Площадь: 357,6 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Берлин (3,6 млн), Гамбург (1,8 млн), Мюнхен (1,6 млн), Кельн (1,1 млн), Франкфурт-на-Майне (784,8 тыс.)

Уровень урбанизации: 77,5%

Уровень безработицы: 3,5%

Структура ВВП: сельское хозяйство (0,8%), промышленность (26,6%), сфера услуг (63,0%)

Структура занятости: сельское хозяйство (1,2%), промышленность (26,8%), сфера услуг (72,1%)

Основные товары экспорта: реакторы ядерные, средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, электрические машины и оборудование, фармацевтические продукты, инструменты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, медицинские

Основные товары импорта: электрические машины и оборудование, реакторы ядерные, средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, нефть и нефтепродукты, фармацевтические продукты

Объем экспорта: 1 626,4 млрд долл. США

Объем импорта: 1 421,2 млрд долл. США

Краткий обзор – Германия





Содержание _____

1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Деловая среда

1.4.

Демографические тенденции

1.5.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

Устойчивость экономики Германии в 3 квартале 2022 г. была, в основном, обусловлена более сильным, чем ожидалось, ростом частного потребления, чему способствовало восстановление потребительских услуг после пандемии COVID-19, а также увеличение расходов на товары длительного пользования, благодаря устранению сбоев в цепочках поставок и логистических издержек, что, в свою очередь, увеличило производство автомобилей, которое оказало поддержку промышленной деятельности и экспорту.

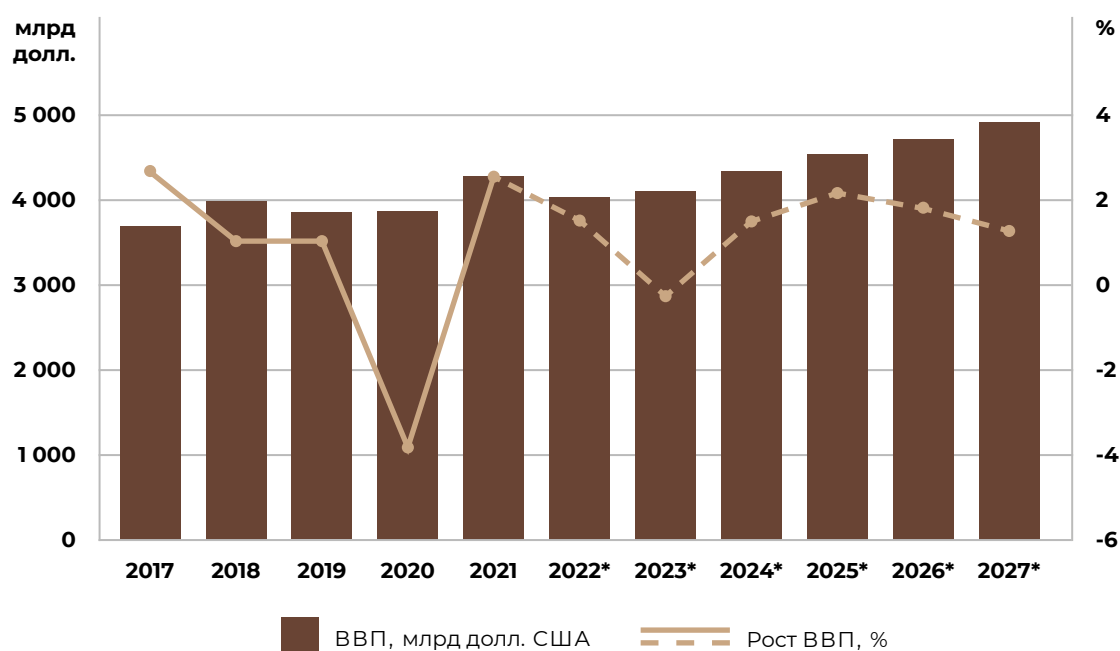
В последние месяцы Федеральное правительство Германии существенно увеличило финансовую поддержку, объявив о пакете в размере 200 млрд евро (5% от ВВП), в дополнение к предыдущим пакетам на 65 млрд евро и 30 млрд евро. Основными мерами в новом пакете являются снижение цен на газ для промышленности и населения на сумму около 100 млрд евро, начиная с начала 2023 г.

Ожидается, что инфляция останется высокой в течение следующих месяцев, прежде чем меры денежно-кредитной политики окажут значительный эффект, поэтому снижение реальных доходов будет сказываться на расходах, а замедление рынка труда усилит давление на экономику. Кроме того, неопределенность в отношении цен на энергоносители и внешнего спроса будет сдерживать инвестиции в промышленность. Помимо этого, экономисты считают, что нормирование газа зимой остается маловероятным, но при существенном дефиците можно ожидать рост цен на газ. Это подчеркивает, что энергетический кризис остается основным сдерживающим фактором экономических перспектив в стране.

По оценке МВФ, по итогам 2022 г. рост реального ВВП Германии замедлится до 1,5%, с понижением до -0,3% в 2023 г.



Рис. 1. Динамика ВВП Германия в текущих ценах, 2017–2027 гг.



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS

Примечание. *прогноз.

В период с июня 2021 г. по октябрь 2022 г. номинальный эффективный валютный курс (NEER)¹ евро значительно ослаб, более чем на 5,4%. Основной вклад внес доллар США, по отношению к которому евро обесценился на 16,6%, однако это частично компенсировалось укреплением курса евро по отношению к другим валютам, в частности японской иене и турецкой лире.

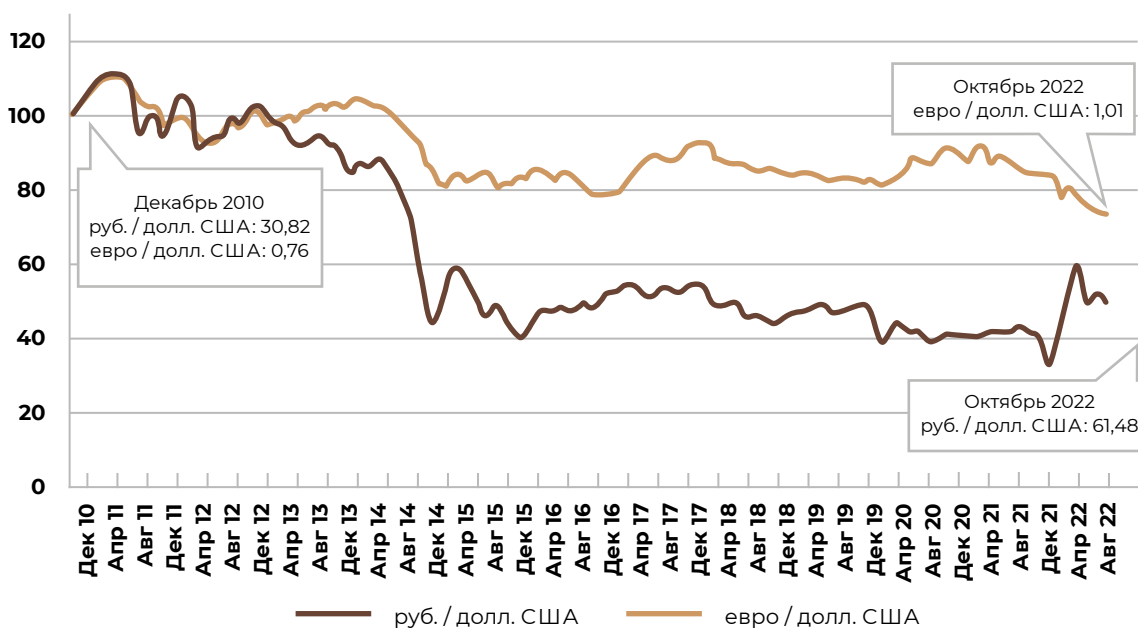
Более быстрое ужесточение денежно-кредитной политики США увеличило потери евро по отношению к доллару США. Однако серия повышений ставок Европейским центральным банком и ослабление мер ФРС США в последнее время помогли сдержать давление, позволив евро снова подняться выше паритета. Тем не менее, восходящий тренд будет сдерживаться осторожной денежно-кредитной политикой Европейского центрального банка, а также слабыми перспективами роста в Европе и структурными проблемами.

В то же время эксперты Еврокомиссии ожидают незначительного укрепления евро в 2023–2024 гг.

¹ Индекс валютного курса, рассчитанный как соотношение между евро и валютами стран, являющихся основными торговыми партнерами, взвешенное в соответствии с их долей в валютных операциях ЕС.

Обесценивание евро оказывает влияние на потребительские цены как прямо, так и косвенно: прямой эффект выражается в росте цен на импортируемые товары и услуги, тогда как косвенный проявляется через растущие производственные затраты европейских производителей. При этом основополагающим моментом для потребительского рынка выступает ценовая политика компаний-производителей, а именно готовность принять снижение маржинальности либо стремление переложить высокие издержки производства на потребителей.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и евро к доллару США, декабрь 2010 г. – октябрь 2022 г.



Источник: Банк международных расчетов, Банк России

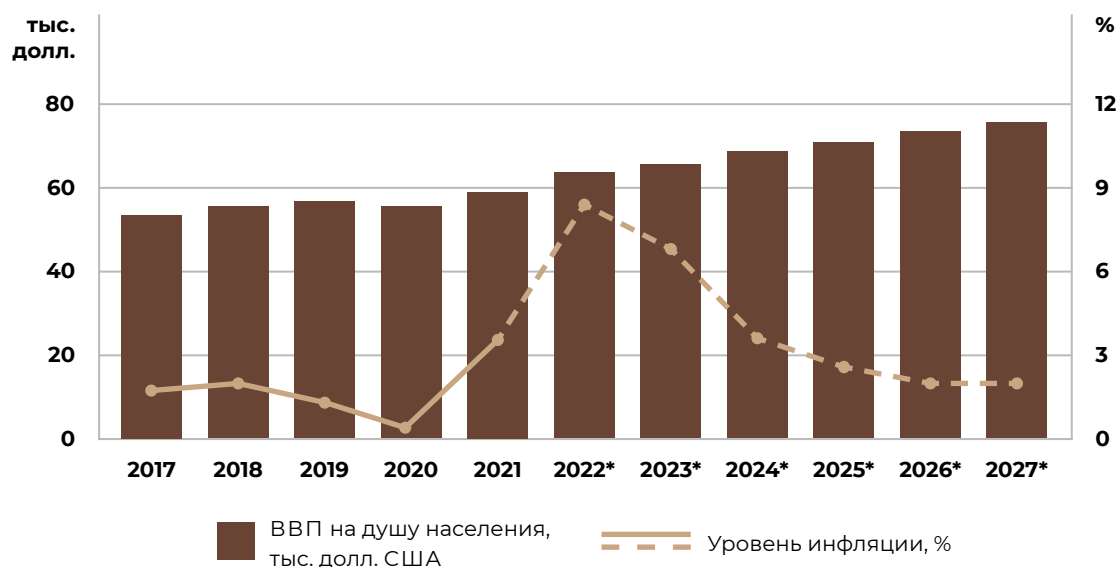
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

До 2020 г. динамика ВВП на душу населения Германии была положительная, однако после спада в 2020 г. (в первую очередь, из-за пандемии COVID-19) наблюдается стремительное восстановление показателя и его рост на фоне ослабления ограничений, восстановления деловой активности, правительственной поддержки.

По оценке Федерального статистического управления Германии, в ноябре 2022 г. инфляция потребительских цен в Германии упала до 10,0% в годовом исчислении по сравнению с историческим максимумом в размере 10,4% в октябре 2022 г. Тем не менее, значение показателя оставалось значительно выше целевого показателя Европейского центрального банка (2%), что свидетельствует о необходимости дальнейшего ужесточения денежно-кредитной политики для борьбы с высокой инфляцией.

Ожидается, что инфляция останется высокой в течение следующих месяцев, прежде чем меры денежно-кредитной политики окажут значительный эффект, поэтому снижение реальных доходов будет сказываться на расходах, а замедление рынка труда усилит давление на динамику экономического роста.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2027 гг.



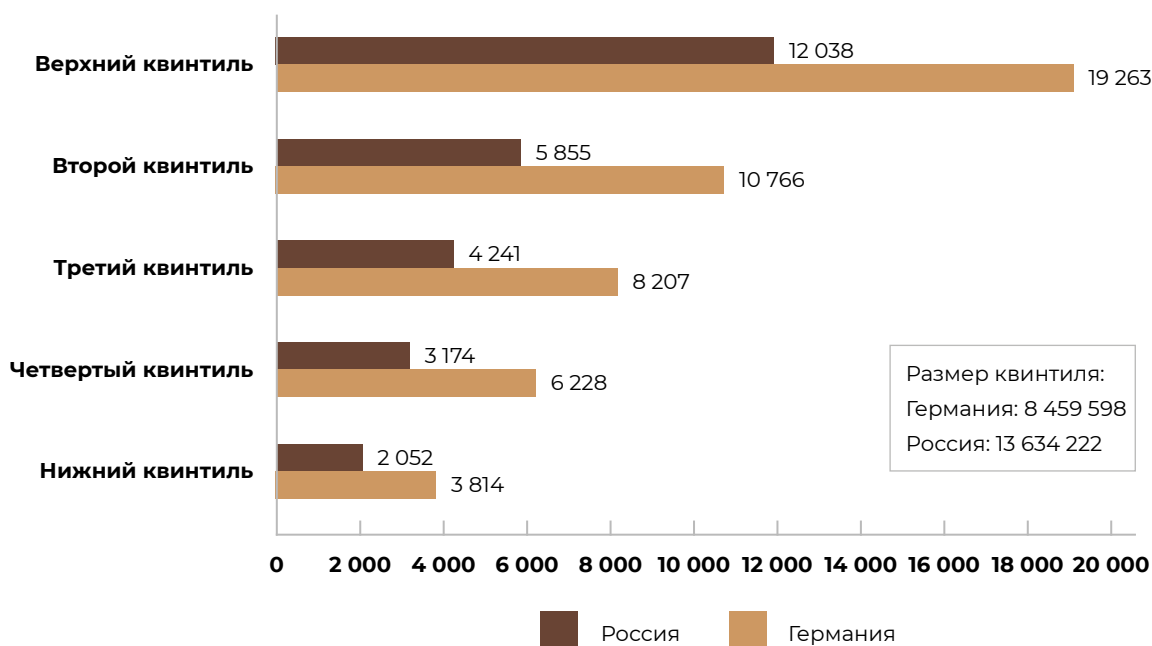
Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

В Германии, как и в ЕС в целом, наблюдается социально-экономическое неравенство как на уровне регионов (федеральных земель), так и на уровне городов, что вызвано кросс-культурными особенностями населения и другими социально-демографическими тенденциями, историческими и географическими (Западная и Восточная Германия), отраслевыми и экономическими факторами. По данным Института социально-экономических исследований, за последние 10 лет на фоне роста экономики увеличивался разрыв между наиболее и наименее обеспеченными группами населения. Усугубление проблемы с неравенством доходов началось в период пандемии COVID-19, а в 2022 г. дополнительное давление было обеспечено стремительным ростом инфляции в течение года.

В среднем, на долю первого квинтиля (20% занятых) приходится около 40% от общей суммы денежных доходов жителей Германии. При этом в доходе самых богатых 20% и самых бедных 20% занятого населения разница составляет 5 раз, тогда как, разница в доходах в России составляет более, чем в 6 раз.

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2021 г., долл. США



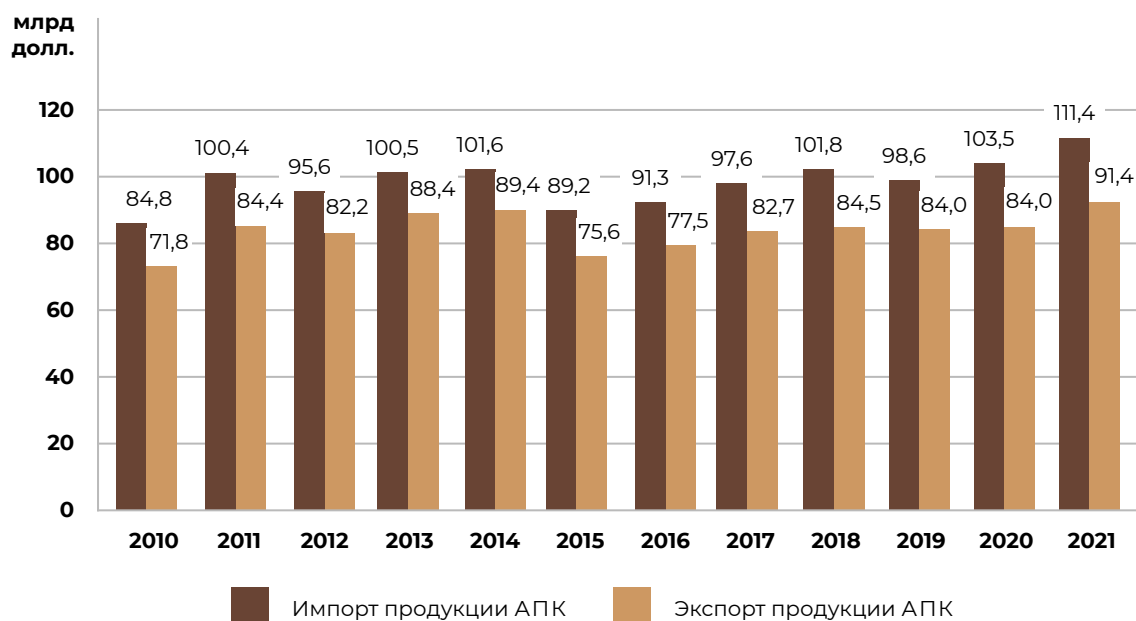
Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

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

Внешняя торговля продукцией АПК

В настоящее время сельское хозяйство играет незначительную роль в экономике Германии, составляя всего 0,8% ВВП (33,8 млрд долл. США). В этом секторе заняты 1,2% населения трудоспособного возраста. Вместе с тем, торговля продукцией АПК имеет важное значение. Германия экспортирует продукцию с высокой добавленной стоимостью: сыры, шоколад, свинину, мучные кондитерские изделия, кофе, корма для домашних животных (собак и кошек) и другие продукты. При этом импорт продукции АПК Германии превышает экспорт. В 2021 г. импорт достиг рекордного за последние 11 лет значения и составил 111,4 млрд долл. США, в то время как экспорт — 91,4 млрд долл. США. К основным товарам, поставляемым в Германию, относятся сыры, кофе, вина виноградные, семена рапса, мучные кондитерские изделия, шоколадные кондитерские изделия.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Германии, 2010–2021 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Германии, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сыры	5 403	5,9
Шоколадные кондитерские изделия	5 374	5,9
Свинина и пищевые субпродукты свиней	4 811	5,3
Мучные кондитерские изделия	4 615	5,1
Кофе	2 941	3,2
Корм для собак и кошек	2 656	2,9
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	2 367	2,6
Пшеница	1 982	2,2

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сигары и сигареты	1 618	1,8
Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	1 594	1,7
Прочие продукты	58 018	63,5
Итого	91 378	100,0

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Германии, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Сыры	5 108	4,6
Кофе	4 117	3,7
Вина виноградные	3 318	3,0
Семена рапса	3 254	2,9
Мучные кондитерские изделия	3 019	2,7
Шоколадные кондитерские изделия	2 562	2,3
Говядина и пищевые субпродукты КРС	2 262	2,0
Соевые бобы	1 942	1,7
Корм для собак и кошек	1 902	1,7
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	1 828	1,6

Продолжение табл. 2.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Прочие продукты	82 087	73,7
Итого	111 400	100,0

Источник: ITC Trade Map

1.2. Политические тенденции

Власть в Германии представлена пятью действующими конституционными органами федерации: Бундестаг, Бундесрат, федеральное правительство, федеральный конституционный суд и федеральный президент.

Судебная власть в стране осуществляется Федеральным конституционным судом. Помимо юстиции конституционного суда действуют также конституционные суды земель, а также еще пять ветвей правосудия: общая, трудовая, административная, финансовая и социальная юстиции.

Исполнительную власть в Германии осуществляет канцлер, который является председателем Федерального правительства и верховным главнокомандующим. Федеральный канцлер избирается бундестагом (парламентом Германии) по предложению президента сроком на четыре года. Президент является главой государства, но выполняет главным образом представительские функции. Президент избирается на пять лет федеральным собранием, в состав которого входят все члены бундестага и такое же число делегатов от 16 земель. Федеральные министры назначаются президентом по представлению канцлера.

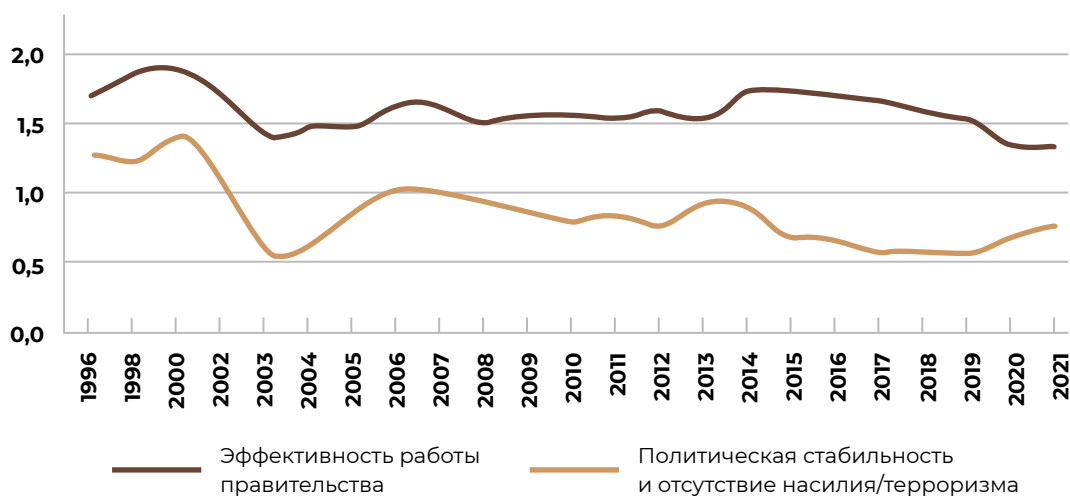
Законодательная власть в Германии представлена двухпалатным парламентом. Депутаты бундестага избираются сроком на четыре года на всенародных выборах (709 мандатов). Бундесрат — орган представительства субъектов федерации, который состоит из 69 членов правительств федеральных земель со сроком полномочий четыре года. Законопроекты вносятся в бундесрат и после принятия передаются в бундестаг.

Запланированные выборы в Бундестаг состоялись 26 сентября 2021 г. во время пандемии COVID-19. Ангела Меркель не баллотировалась на пятый срок и покинула свой пост после второго по продолжительности срока пребывания на посту канцлера в истории Германии. Олаф Шольц был приведен к присяге в качестве нового канцлера 8 декабря 2021 г. Социал-демократы набрали большинство голосов и сформировали леволиберальное коалиционное правительство с «Зелеными» и СвДП.

Отмечается, что в стране продолжается рост популярности ультраправых партий. По результатам выборов 2021 г. партия «Альтернатива для Германии» (АдГ) стала одной из самых популярных в восточных землях партией.

В феврале 2022 г. Франк-Вальтер Штайнмайер был избран президентом Германии на второй пятилетний срок. Во многом, президентский пост и самого политика рассматривают как символ консенсуса и преемственности.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Германии

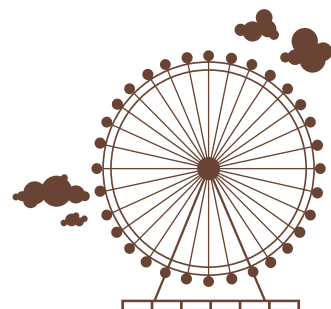


Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Согласно показателям качества государственного управления WGI, по эффективности работы правительства Германия сейчас занимает высокую позицию, но ниже максимальной, которая была зафиксирована в 2000 г. У страны не самые высокие оценки политической стабильности и отсутствия насилия.

В частности, имеются социально-политические разногласия насчет роли Германии в решении миграционных проблем Европы.



1.3. Деловая среда

В 2020 г. Германия заняла 22-е место среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. По ключевым показателям простоты ведения бизнеса страна занимает 61-е место в рейтинге защиты миноритарных инвесторов (прозрачность транзакций, корпоративное управление, защита интересов инвесторов), 13-е место по обеспечению исполнения контрактов, 46-е в рейтинге по длительности оформления налоговой документации и объемам налоговых выплат, 76-е место по простоте регистрации собственности (в среднем процесс занимает 52 дня и требует прохождения 6-ти процедур), а также 42-е место в рейтинге трансграничной торговли.

Согласно индексу восприятия коррупции агентства Transparency International, в 2021 г. Германия заняла 10-е место из 180, расположившись между Люксембургом и Великобританией. За последние 10 лет рейтинг Германии почти не изменился: в 2012 г. страна занимала 13-е место.

Несмотря на тот факт, что рейтинг Германии в 2021 г. опустился до 10-го места, страна демонстрирует хорошие показатели по прозрачности экономики и борьбе со взяточничеством. Государственные чиновники редко замешаны в коррупционных скандалах, а правительство принимает решительные антикоррупционные меры для борьбы с нарушителями. Отсутствие коррупции является одним из главных критериев привлекательности для компаний, работающих в Германии.

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

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> ● Ведущая мировая экономика с одним из самых высоких уровней благосостояния граждан. ● Крупный производитель продуктов питания и сельскохозяйственных товаров. ● Сильная промышленная база. ● Увеличение финансовой поддержки Федеральным правительством Германии в размере 200 млрд евро в дополнение к предыдущим пакетам на 65 млрд евро и 30 млрд евро. Основными мерами являются снижение цен на газ для промышленности и населения, а также модернизация промышленного сектора в 2023 г. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Низкая рождаемость и старение населения. ● Сильная зависимость от импорта энергоносителей. ● Падение внутреннего спроса. ● Высокие цены на энергоносители. ● Высокий уровень инфляции. ● Ужесточение фискальной политики

Продолжение табл. 3.

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Политика	<ul style="list-style-type: none"> ● Политика свободной торговли. ● Либеральная экономическая политика, которая стимулирует конкуренцию и развитие рынка. ● Отлаженная политическая система, в которой интересы земель и федерального центра согласуются под контролем сильной судебной власти. ● Правительство объявило о введении новой системы поддержки слабых регионов, включая дополнительное финансирование и создание рабочих мест с целью устранения неравенства между федеральными землями 	<ul style="list-style-type: none"> ● Конфликт с Европейским центральным банком по вопросам прямых денежных операций. ● Нестабильная внутренняя ситуация с мигрантами. ● Рост напряженности в отношениях с Францией. ● Усиливается политическая поляризация из-за растущего влияния ультраправой партии «Альтернатива для Германии»
Право	<ul style="list-style-type: none"> ● Правительство одобрило законопроект по упрощению получения гражданства для высококвалифицированных специалистов 	<ul style="list-style-type: none"> ● Вторая по величине ставка корпоративного подоходного налога в ЕС. ● Большой налоговый клин
Торговля	<ul style="list-style-type: none"> ● Членство во многих международных организациях. ● Крупнейший экспортер и импортер ЕС. ● Германия является крупным рынком с большим количеством хорошо обеспеченных потребителей, что открывает возможности для экспорта широкого спектра товаров и услуг 	<ul style="list-style-type: none"> ● Высокие импортные пошлины. ● Жесткая рыночная конкуренция. ● Значительные нетарифные барьеры



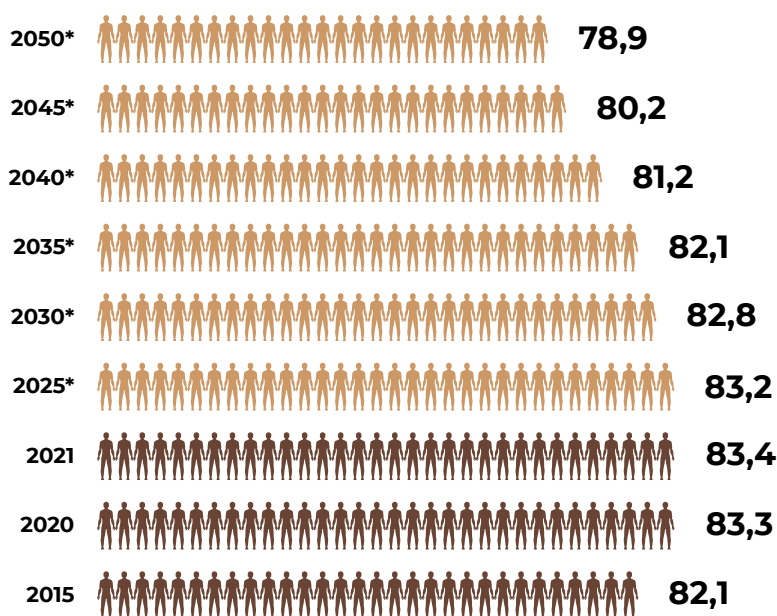
1.4. Демографические тенденции

Демографическая проблема является одной из самых острых проблем как для Германии, так и для стран Европейского союза. По большей степени она заключается в сокращении темпов естественного прироста и старения населения. В большинстве стран наблюдается низкий уровень рождаемости, что так же сказывается на общей ситуации в регионе.

В 2020 г. численность населения Германии составила 83,3 млн человек. В период с 1990 по 2020 гг. наблюдался значительный рост населения, который был обусловлен исключительно миграционными потоками. Согласно данным Федерального ведомства Германии, в период первого года пандемии COVID-19 в 2020 г. число людей, иммигрирующих из-за границы в Германию, сократилось на 24%, а число людей, эмигрировавших из Германии, — на 22% в годовом исчислении.

В 2021 г. население составило 83,4 млн человек. За 2015-2021 гг. рост данного показателя составил 0,3% в год. Ожидается, что к 2050 г. численность населения будет сокращаться со средними темпами в 0,2% в год и составит 78,9 млн человек.

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



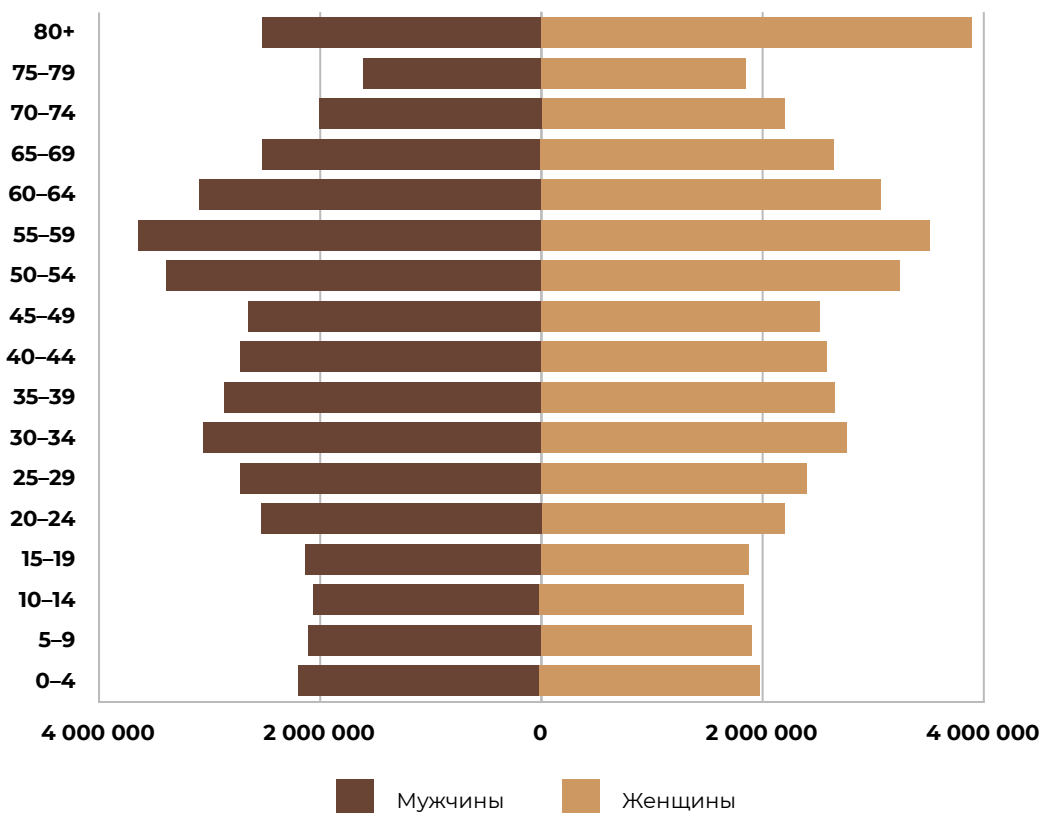
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

Доля трудоспособных граждан составляет почти 70%, а доля населения младше 25 лет — 24%. В стране уже фиксируются рекордно низкие показатели численности молодых граждан. Постепенное старение населения лишь усугубит данную проблему, доля населения младше 25 лет продолжит снижаться, в то время как численность пожилых людей будет и дальше увеличиваться за счет большого числа граждан предпенсионного возраста.

Германия — урбанизированное государство, в городах которого проживает 77,5% жителей. На сегодняшний день рост рассматриваемого показателя наблюдается именно в крупных агломерациях, в то время как в сельских районах отмечается отток населения.

Рис. 8. Население Германии по полу и возрасту, 2021 г.



Источник: ООН



1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Средний уровень располагаемых доходов в Германии увеличился на 3,1–3,2% в 2021 г. благодаря относительно низкой безработице и комплексным программам помощи при пандемии COVID-19. Ожидается, что реализация Комплексного плана восстановления и устойчивого развития европейской экономики будет стимулировать инвестиции в зеленую энергетику и цифровую трансформацию, что поддержит долгосрочное экономическое развитие страны. В результате будет создано больше высокооплачиваемых рабочих мест, что положительно скажется на доходах домохозяйств, особенно в городских районах.

В ближайшей перспективе растущее инфляционное давление будет ограничивать покупательную способность населения Германии и сдерживать рост расходов, особенно для потребителей с низкими доходами. Кроме того, высокая зависимость от поставок энергоносителей, а также резкий рост цен на сырьевые товары замедлят восстановление экономики страны после пандемии, что также будет способствовать инфляционному давлению.

Между тем, Федеральное правительство Германии увеличило финансовую поддержку, которая включает принятие мер для снижения цен на газ для промышленности и населения, что должно снизить потребительские цены на электроэнергию и способствовать постепенному восстановлению реальных доходов и потреблению в течение 2023 г.

В долгосрочной перспективе доходы потребителей будут расти благодаря высокой производительности труда, инвестициям в инфраструктуру и активному технологическому прогрессу.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Германии:

- ожидается, что общий располагаемый доход вырастет на 24% в реальном выражении за 2021–2040 гг.;
- согласно прогнозам Euromonitor, за 2021–2040 гг. валовой доход на душу населения в Германии вырастет на 25,7% в реальном выражении;
- исторически жители стран ЕС (особенно Западной Европы) около 10% своего дохода оставляли в качестве сбережений, но с начала пандемии COVID-19 коэффициент сбережений достиг 17% и, как ожидается, останется повышенным в среднесрочной перспективе. Ожидается, что более высокий уровень сбережений частично компенсирует давление роста цен, стимулируя расходы в условиях экономической неопределенности;

- согласно прогнозам, наибольшую долю населения до 2040 г. будет составлять средний класс;
- замедление внутреннего спроса, снижение покупательской активности и трат потребителей в результате высокой инфляции и энергетического кризиса;
- по состоянию на 2021 г. население в возрастной группе 45–49 лет имело самые высокие доходы на душу населения в Германии;
- многие немецкие потребители готовы платить больше за товары высокого качества;
- Германия — одна из крупнейших стран в Европе по объему электронной торговли;
- ожидается, что к 2040 г. регион Северный Рейн-Вестфалия останется крупнейшим потребительским рынком в Германии, на который будет приходиться 21,1% общих потребительских расходов.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *оценка, **прогноз.

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

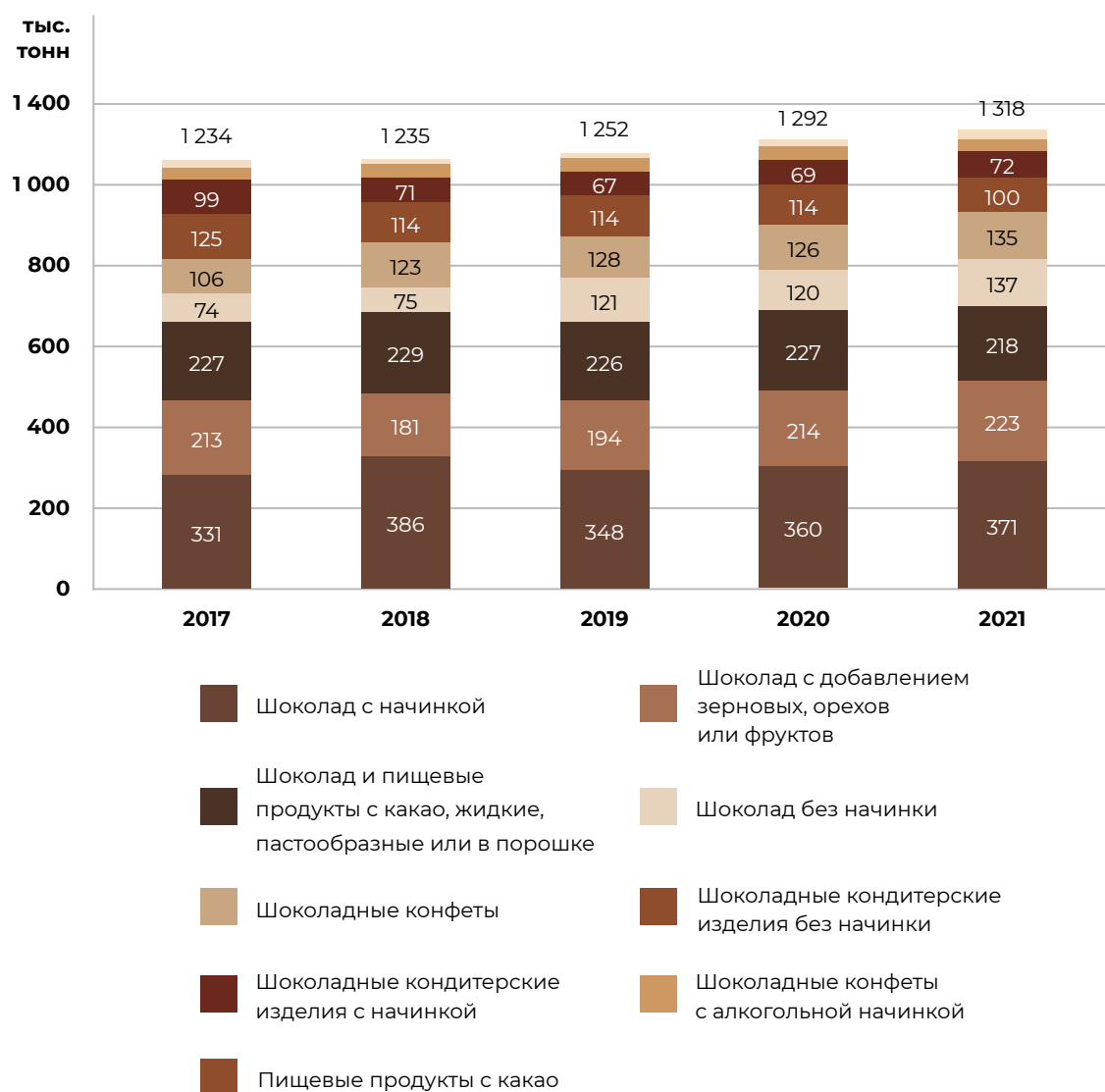
Производство

Общий объем производства шоколада и шоколадных КИ в Германии в 2021 г. составил 1,3 млн тонн. Наибольший прирост производства отмечался в 2020 г., когда на фоне карантинных ограничений потребители стали покупать больше шоколада.

Вместе с тем, производственные мощности вряд ли будут увеличиваться в обозримом будущем, поскольку в стране ожидается сокращение внутреннего потребления. При этом доля импорта может вырасти благодаря меньшей стоимости зарубежной продукции. Производственные затраты в Германии довольно высоки, что, скорее всего, заставит компании переместить часть своих производственных мощностей в страны, где производство обходится дешевле.



Рис. 10. Производство шоколада и шоколадных КИ в Германии по видам, 2017–2021 гг., тыс. тонн



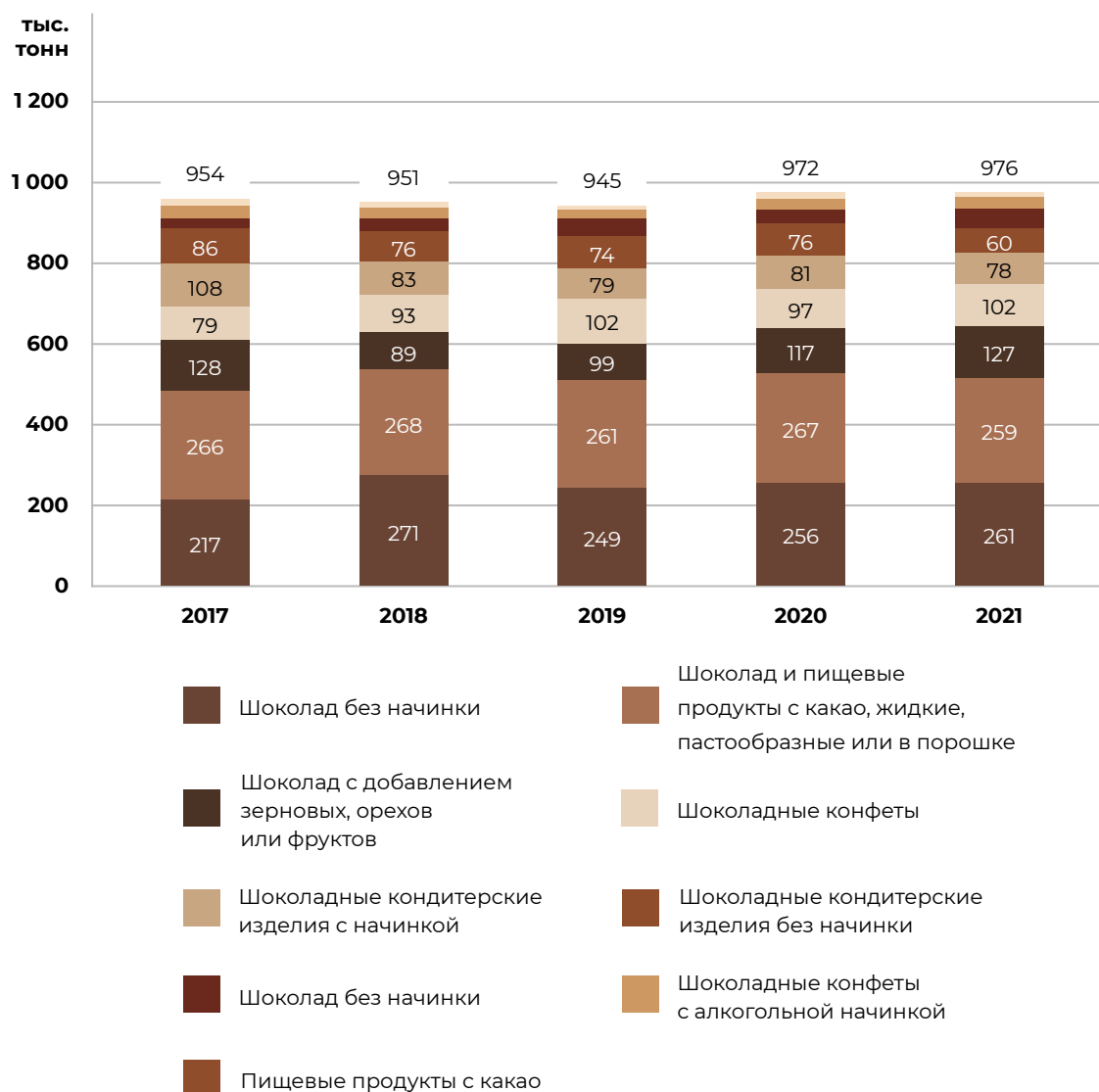
Источник: PRODCOM — Eurostat

Потребление

Объем потребления шоколадных КИ в Германии в 2021 г. составил 976 тыс. тонн. За 2017–2019 гг. заметно постепенное снижение потребления, однако в 2020 г. на фоне карантинных ограничений потребление сладостей, в том числе шоколада и изделий из него, выросло почти на 3%, достигнув отметки в 972 тыс. тонн, причем рост произошел в первую очередь за счет увеличения спроса на шоколад без начинки, шоколад с добавлением зерновых, орехов или фруктов, а также шоколадные конфеты.

В структуре потребления в 2021 г. на первом месте находился шоколад с начинкой, затем следовали жидкие или в форме пасты или порошка шоколад и пищевые продукты с какао, используемые в первую очередь в промышленной переработке для производства других пищевых продуктов.

Рис. 11. Потребление шоколада и шоколадных КИ в Германии по видам, 2017–2021 гг., тыс. тонн

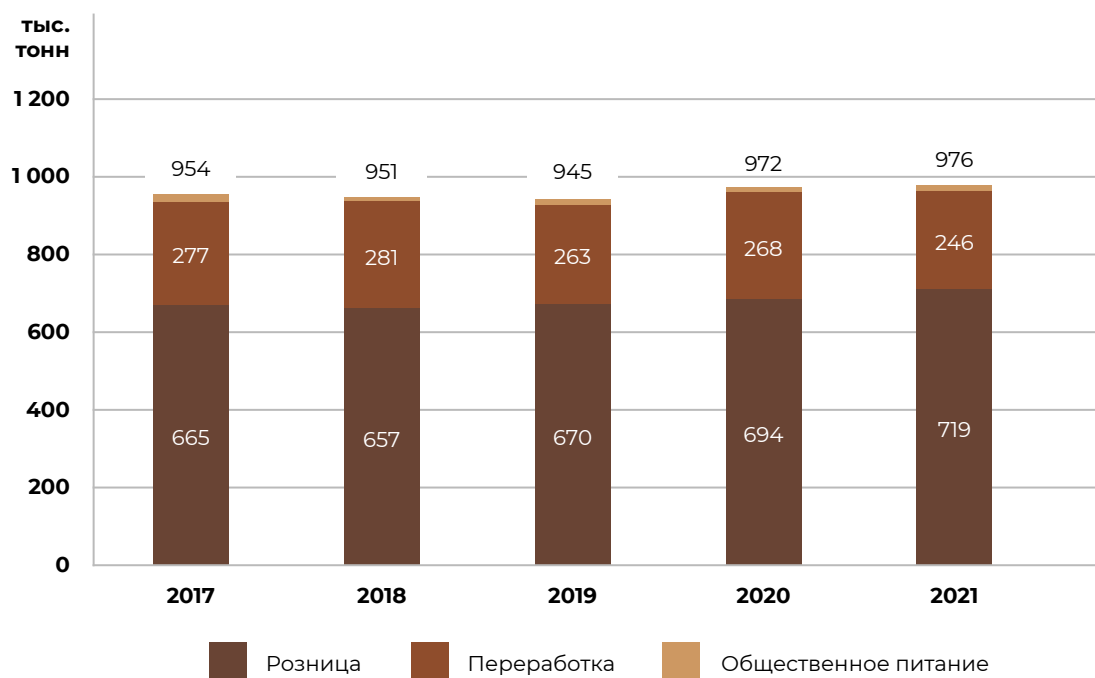


Источник: PRODCOM — Eurostat

Большая часть шоколада, потребляемого в Германии, реализуется через розничные каналы — на них приходится около 74% всего потребления. Чуть менее 25% потребляется сектором переработки. Шоколад в Германии широко востребован как ингредиент в составе других видов кондитерской продукции, например, выпечки. Тем не менее, крупные промышленные потребители шоколада

предпочитают работать с не переработанными какао-бобами, тогда как небольшие производители могут использовать шоколад-полуфабрикат для изготовления начинок и глазурей.

Рис. 12. Структура потребления шоколада и шоколадных КИ в Германии по каналам реализации в натуральном выражении, 2017–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Euromonitor International, EMIS

В настоящее время наблюдаются явные признаки того, что некоторые традиционные категории, например, наборы конфет в коробках и плиточный шоколад, наскучили потребителям и воспринимаются как устаревшие. Тем не менее, многие люди, особенно старшего поколения, по-прежнему отдают предпочтение «классике», например, молочному шоколаду с орехами, а не необычным новинкам.

Ожидается, что в обозримом будущем будет расти спрос на сезонные наборы для особых случаев, а также шоколад с начинкой и батончики. Это связано с тем, что данная продукция пользуется особой популярностью среди немецкой молодежи, которую, как правило, привлекают инновационные форматы, вкусы и дизайн, а также лимитированные выпуски. В магазинах батончики нередко выкладываются в местах с высокой проходимостью или возле касс, что побуждает потребителей совершать спонтанные покупки.

Сектор розничных продаж, в котором представлены практически все виды шоколада, в значительной степени зависит от введения в ассортимент новых продуктов, особенно продвигаемых как полезные для здоровья. Пример таких КИ — линейка веганского шоколада Ritter Sport Vegan, включающая шоколад

с кунжутом Sesame, шоколад с миндалем и киноа Dunkle Mandel Quinoa, а также шоколад с лесным орехом и амарантом Dunkle Voll-Nuss Amaranth. Кроме этого, некоторые производители в 2022 г. начали выпускать шоколад без добавления сахара, используя фрукты как основной источник сладости.

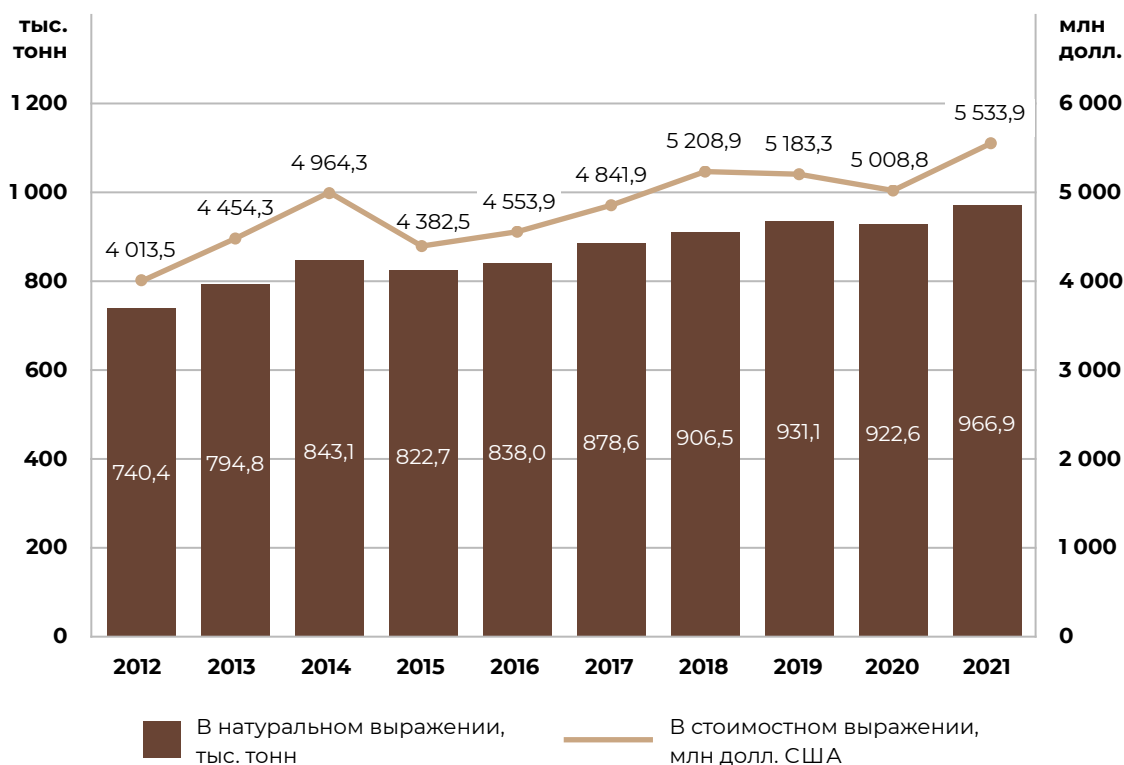
В целом объем продаж в стоимостном выражении растет за счет спроса на премиальный шоколад, а также на высококачественный «чистый» шоколад с ограниченным количеством добавок или без них и низким содержанием сахара.

Экспорт и импорт

Экспорт

Германия является одним из крупнейших экспортеров шоколадных КИ в мире. В 2021 г. экспорт составил 966,9 тыс. тонн на 5 533,9 млн долл. США. Большая часть экспорта шоколадных КИ Германии приходится на страны ЕС. Также продукция поставляется в Великобританию (9,9% от общего объема) и Россию (3,3%).

Рис. 13. Экспорт шоколада и шоколадных КИ Германии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



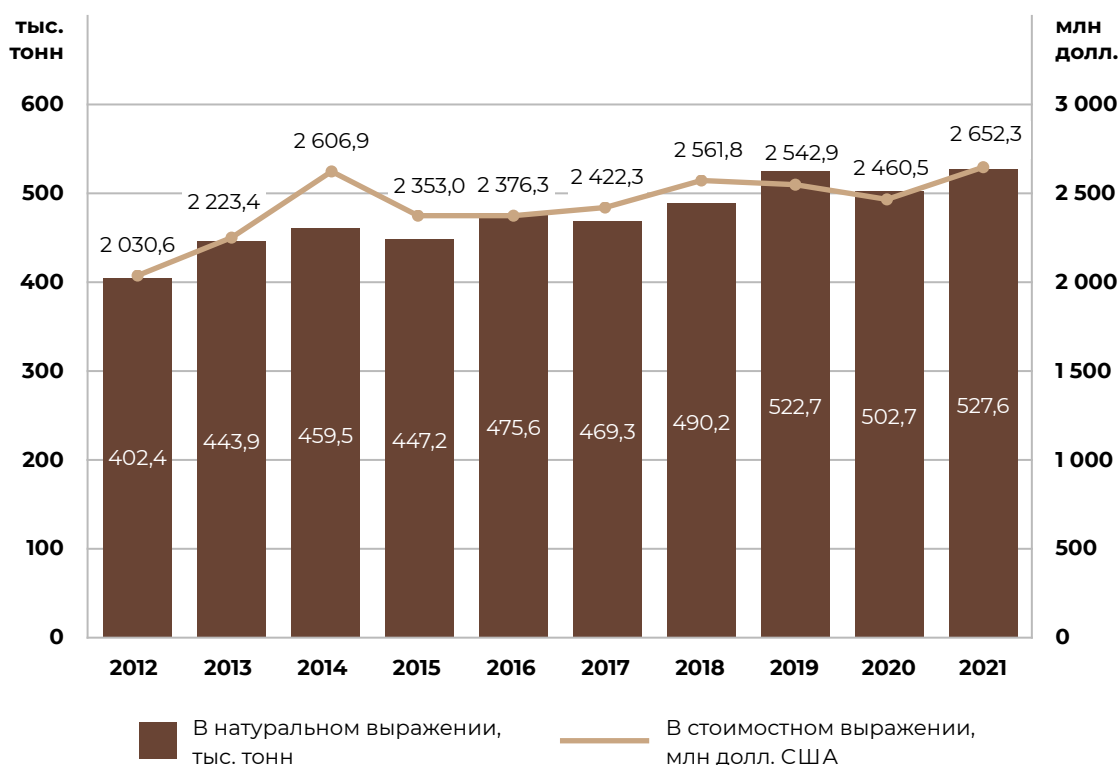
Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

Импорт

Хотя Германия является одним из ведущих экспортеров шоколада в мире, страна также занимает второе место после США по импорту. Причем за последние пять лет импорт шоколадных КИ Германии постепенно растет. В 2021 г. импорт составил 527,6 тыс. тонн или 2 652,3 млн долл. США.

Рис. 14. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

В структуре импорта шоколадных КИ Германии в натуральном выражении 38,9% приходилось на прочий шоколад (код ТН ВЭД 180690), 32,8% — на полуфабрикаты (код ТН ВЭД 180620) и 15,0% — на шоколад с начинкой (код ТН ВЭД 180631).

Табл. 4. Структура импорта шоколада и шоколадных КИ Германии по ассортименту в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2015	2016	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180690	Прочий шоколад	144,0	152,6	168,8	168,7	180,5	179,5	198,2	210,1	209,7	205,4	38,9
180620	Полуфабрикаты	124,0	150,8	147,5	142,8	155,3	139,9	136,9	144,4	145,6	172,8	32,8
180631	Шоколад с начинкой	54,4	63,4	63,8	67,8	73,7	79,8	82,3	89,7	79,8	79,2	15,0
180632	Шоколад без начинки	77,9	64,6	67,2	63,3	62,1	65,2	70,6	76,4	65,6	67,4	12,8
180610	Какао-порошок с добавлением сахара	2,1	12,5	12,1	4,6	4,0	4,9	2,2	2,0	2,0	2,8	0,5
	Итого	402,4	443,9	459,5	447,2	475,6	469,3	490,2	522,7	502,7	527,6	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

В структуре импорта шоколадных КИ Германии в стоимостном выражении 47,0% приходилось на прочий шоколад (код ТН ВЭД 180690), 21,7% — на полуфабрикаты (код ТН ВЭД 180620). Таким образом, 21,7% немецкого импорта в стоимостном выражении и 32,8% импорта в натуральном выражении пришлось не на готовые КИ, а на шоколад-полуфабрикат, из которого производится продукция с более высокой добавленной стоимостью.

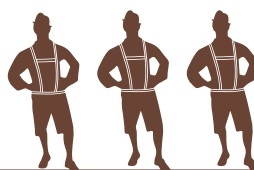


Табл. 5. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии по ассортименту в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
180690	Прочий шоколад	957,7	1 049,5	1 250,1	1 139,1	1 147,5	1 178,3	1 288,2	1 242,4	1 232,3	1 247,8	47,0
180620	Полуфабрикаты	392,2	479,0	529,9	462,6	510,9	459,5	455,2	449,1	479,7	575,6	21,7
180632	Шоколад без начинки	450,9	410,2	518,8	466,1	407,7	420,1	447,7	455,2	385,0	425,9	16,1
180631	Шоколад с начинкой	223,3	268,4	288,2	272,0	297,4	348,0	359,2	383,7	351,6	388,6	14,7
180610	Какао-порошок с добавлением	6,6	16,3	20,0	13,1	12,8	16,5	11,5	12,6	11,9	14,3	0,5
	Итого	2 030,6	2 223,4	2 606,9	2 353,0	2 376,3	2 422,3	2 561,8	2 542,9	2 460,5	2 652,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.



Главными поставщиками шоколада и шоколадных КИ в Германию являются Бельгия, Нидерланды, Польша и Швейцария, на которые в 2021 г. пришлось 64,4% в натуральном и 64,6% в стоимостном выражении от общего объема поставок. Импорт из этих стран всегда находился на стабильно высоком уровне, за исключением Польши, поставки из которой за последние восемь лет выросли более чем в четыре раза.

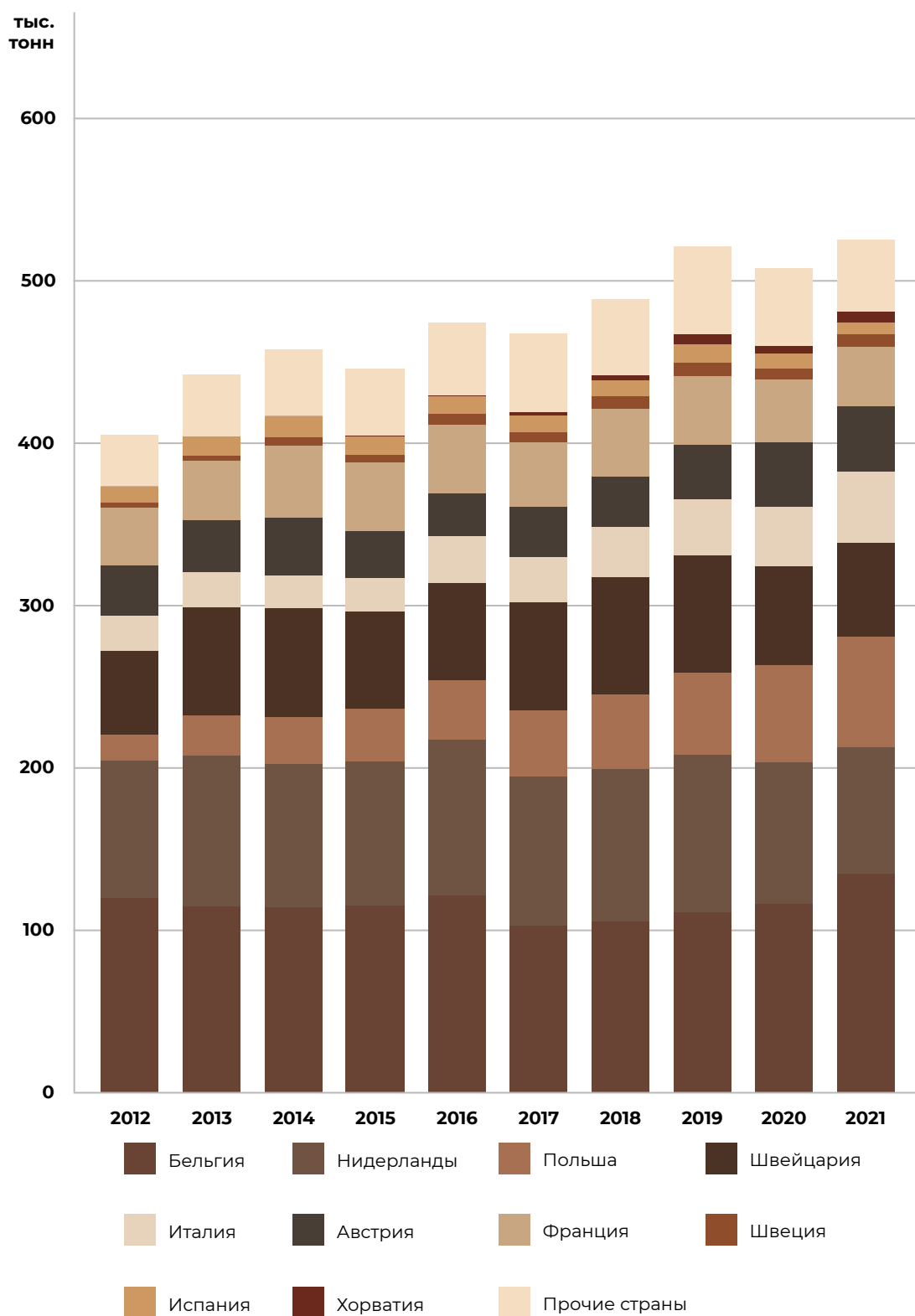
Табл. 6. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Бельгия	119,1	115,0	114,2	115,6	121,7	103,0	105,8	111,2	114,7	135,0	25,6
2	Нидерланды	83,6	92,9	88,8	88,8	96,3	92,1	94,1	97,4	86,6	78,6	14,9
3	Польша	16,1	25,3	29,1	33,1	36,6	41,3	45,8	51,1	59,2	68,0	12,9
4	Швейцария	51,6	66,8	67,0	59,8	60,1	66,4	73,0	72,3	60,2	58,2	11,0
5	Италия	21,5	21,7	20,4	20,7	29,2	28,2	30,7	34,6	36,3	43,7	8,3
6	Австрия	30,4	32,0	36,0	28,9	26,3	30,7	31,1	33,9	39,6	40,6	7,7
7	Франция	35,5	36,6	44,1	42,4	42,8	39,9	42,1	42,3	38,0	36,7	7,0
8	Швеция	3,0	3,6	5,2	5,1	6,5	6,5	7,5	8,2	6,9	7,7	1,5
9	Испания	10,2	11,6	13,3	11,2	10,7	10,5	10,3	11,4	8,7	7,5	1,4
10	Хорватия	0,0	0,0	0,0	0,5	0,8	2,0	3,1	6,3	4,8	6,6	1,3
	Прочие страны	31,4	38,4	41,4	41,1	44,7	48,6	46,9	54,1	47,7	44,8	8,5
	Итого	402,4	443,9	459,5	447,2	475,6	469,3	490,2	522,7	502,7	527,6	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

Рис. 15. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

Табл. 7. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

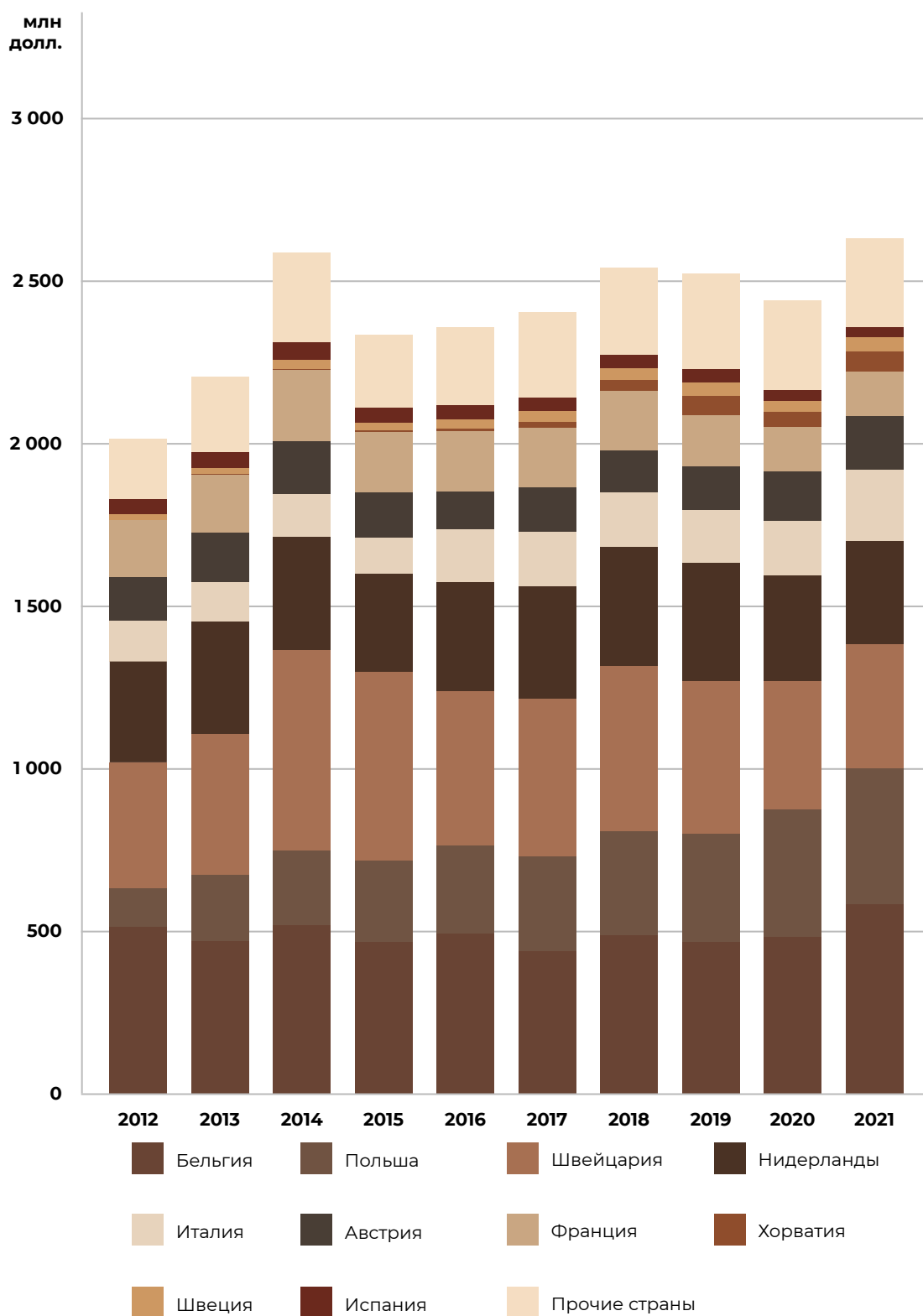
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Бельгия	519,0	474,2	524,1	471,5	497,7	442,5	492,3	471,9	488,3	589,8	22,2
2	Польша	118,7	204,9	231,3	254,3	273,6	293,6	323,0	335,8	393,7	420,1	15,8
3	Швейцария	391,0	438,5	619,8	582,8	476,8	490,6	510,5	470,8	397,0	384,4	14,5
4	Нидерланды	312,6	345,9	352,4	303,2	339,5	347,2	369,9	368,0	327,7	318,8	12,0
5	Италия	126,2	123,9	132,0	114,1	162,4	167,3	169,0	164,0	170,0	221,0	8,3
6	Австрия	134,5	152,2	162,8	139,4	117,3	138,5	131,3	134,6	152,7	168,2	6,3
7	Франция	177,3	180,7	223,1	186,5	188,0	184,6	184,0	159,2	138,4	136,9	5,2
8	Хорватия	0,0	0,1	0,2	4,2	6,7	19,1	31,4	59,9	45,1	62,9	2,4
9	Швеция	18,6	18,4	30,1	25,8	29,7	33,1	37,8	39,7	34,4	42,3	1,6
10	Испания	44,2	50,2	54,3	44,2	43,4	42,9	42,3	44,1	35,3	32,4	1,2
	Прочие страны	188,3	234,4	276,9	227,1	241,3	262,8	270,3	294,8	277,9	275,4	10,4
	Итого	2 030,6	2 223,4	2 606,9	2 353,0	2 376,3	2 422,3	2 561,8	2 542,9	2 460,5	2 652,3	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.



Рис. 16. Импорт шоколада и шоколадных КИ Германии по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 180610, 180620, 180631, 180632, 180690.

В настоящее время Россия занимает на немецком рынке шоколадных КИ 17-е место с долей импорта менее 1%. Российские производители пока малоизвестны в Германии, а их работу затрудняют барьеры в области тарифного и технического регулирования.

Табл. 8. Основные страны-экспортеры шоколада и шоколадных КИ на рынок Германии в 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
1	Бельгия	25,6	<ul style="list-style-type: none"> ● Один из крупнейших и наиболее известных поставщиков премиального шоколада в Европе (например, наборов в коробках Guyliau, Côte d'Or, Galler). ● Таможенные пошлины и сборы не взимаются, поскольку Бельгия входит в состав ЕС. ● Быстрая и экономичная транспортировка благодаря географической близости к Германии. ● Прочные торговые отношения с Германией (Бельгия входит в топ-10 стран, экспортирующих товары в Германию)
2	Нидерланды	14,9	<ul style="list-style-type: none"> ● Таможенные пошлины и сборы не взимаются, поскольку Нидерланды входят в состав ЕС. ● Быстрая, экономичная и соответствующая стандартам устойчивого развития транспортировка благодаря близости к Германии. ● Хорошо налаженные торговые отношения с Германией. ● Нидерланды лидируют в производстве полуфабрикатов для шоколадного производства благодаря хорошей инфраструктуре первичной переработки какао-бобов, которая развивается в этой стране с 17 века



Продолжение табл. 8.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
3	Польша	12,9	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенные пошлины и сборы не взимаются, поскольку Польша входит в состав ЕС. • Низкие производственные затраты. • Быстрая, экономичная и соответствующая стандартам устойчивого развития транспортировка благодаря близости к Германии. • Благодаря многочисленной польской общине Германия закупает плиточный шоколад и наборы в коробках популярных польских брендов Wedel, Goplana, Solidarnosc, являясь крупнейшим в мире импортером производимых в Польше КИ

Источник: Euromonitor International (платформа Passport), ITC Trade Map, оценки отраслевых экспертов

2.2. Потребительские предпочтения

Снижение потребления сахара способствует повышению спроса на темный шоколад.

Потребители осознают, что большое количество сахара в рационе наносит вред здоровью. Это побуждает их переходить на продукты из темного шоколада с повышенным содержанием какао, которые считаются более полезными для здоровья.

Рост потребления шоколада, произведенного с соблюдением этических норм и стандартов устойчивого развития.

Учитывая зрелость немецкого рынка и медленный рост населения, производители стремятся придать премиальный статус своей продукции для повышения ее стоимости. Это отражается в ассортименте, составе и упаковке продуктов. Потребители стали более рационально относиться к покупкам, поэтому все большей популярностью пользуется шоколад из какао, произведенного с соблюдением этических норм. Также растет значение стандартов устойчивого развития, способствуя продвижению таких концептуальных направлений, как, например, производство эксклюзивного крафтового шоколада по технологии полного цикла bean-to-bar (от какао-боба до плитки шоколада).

Растущий запрос на прозрачность процессов — новый вызов для производителей и поставщиков.

По мере того как при выборе предпочитаемых продуктов и брендов потребители все больше думают о здоровье и сохранении окружающей среды, растет и их запрос на повышение уровня прозрачности в отношении источников сырья, особенностей производства и состава продовольственных товаров. Поэтому производители стараются размещать на упаковке своей продукции важную для потребителя информацию, указывая ингредиенты и их происхождение. Пример такого подхода демонстрирует производитель шоколада Ritter Sport, который открывает собственную плантацию какао, а также размещает информацию о стране происхождения какао на упаковке шоколада.

Устойчивый спрос на традиционные виды шоколада.

Несмотря на рост популярности снеков, спрос на традиционные виды шоколада остается стабильным. «Классика», например, молочный шоколад с орехами, по-прежнему остается фаворитом на массовом рынке и среди покупателей старшего поколения. Лимитированные серии продуктов и сезонные предложения также обеспечивают краткосрочный рост продаж, тем самым увеличивая общий торговый потенциал этого сектора.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Главные каналы продаж шоколадных КИ в Германии — современные продуктовые магазины, такие как дискаунтеры, супер- и гипермаркеты. В розничной торговле доминируют Lidl и Aldi, ведущие мировые бренды сетевых дискаунтеров из Германии. Они предлагают шоколадные КИ с оптимальным соотношением цены и качества. В ассортименте представлены продукты разных ценовых категорий и различного качества.

Супер- и гипермаркеты пользуются большой популярностью у потребителей благодаря удобству и широкому ассортименту товаров разного качества и различных ценовых категорий.

Дискаунтеры

Ассортимент и цены

В дискаунтерах цены ниже, чем в обычных продуктовых магазинах. Наряду с продукцией известных брендов, дискаунтеры предлагают множество товаров под собственными торговыми марками, позиционируя некоторые из них как товары премиум-класса (например, линейку шоколада Moser Roth, производимую кондитерской компанией AUGUST STORCK исключительно для Aldi). Дискаунтеры практикуют торговлю шоколадными КИ в групповой упаковке,

что позволяет поддерживать низкие цены за единицу товара. Наборы в коробках под собственной торговой маркой продаются по цене менее 1,80 долл. США за 100 г, в то время как брендовые наборы — по цене до 2,40 долл. США за 100 г.

Маркетинг

Для поддержания максимально низких цен большинство дискаунтеров ограничивают маркетинговую деятельность. Специальные продукты или новинки, такие как шоколад Lidl's Way To Go, рекламируются непосредственно в магазинах и интернете. Брендовые продукты часто продвигаются с помощью фирменных дисплеев, предоставляемых производителями для промо-акций и маркетинговых мероприятий.

Ведущие игроки

- **Lidl Stiftung** — крупная сеть дискаунтеров. Имеет широкий ассортимент продуктов, сотрудничает со многими брендами. Успех компании основан на политике «мягких скидок» и очень доступных, конкурентных ценах даже на органические продукты и товары «справедливой торговли».
- **Aldi (Süd/Nord)** — крупная сеть дискаунтеров, работающих по всей Германии. Предлагает довольно широкий выбор недорогих товаров, аналогичный Lidl.
- **Netto Marken-Discount (входит в группу Edeka Zentrale)** — большая сеть дискаунтеров, предлагающих товары без упаковки. Магазины Netto (Netto-маркеты) часто располагаются в местах с высокой проходимостью, включая торговые площади и торговые центры.
- **Penny-Markt** — большая сеть дискаунтеров. В основном придерживается политики «жестких скидок» с очень конкурентными ценами.
- **Norma** — сеть, имеющая успех благодаря конкурентным ценам и выгодному расположению магазинов.

Супер- и гипермаркеты

Ассортимент и цены

Цены на шоколад в супер- и гипермаркетах варьируются в зависимости от формата, качества и бренда. Они могут быть на 20% выше, чем в дискаунтерах, если не предусмотрены акционные скидки. Плиточный шоколад большинства брендов стоит от 1,4 евро за 100 г и выше. Товар может продаваться как поштучно, так и небольшими комплектами в групповой упаковке (multipack).

Маркетинг

Ведущие сети супер- и гипермаркетов часто ведут масштабную маркетинговую деятельность, используя такие средства продвижения, как печатные СМИ, интернет, билборды, рекламные кампании на радио и телевидении. Реклама продуктов может размещаться возле касс или в еженедельных каталогах и листовках (флайерах) с предложением акционных товаров и скидок.

Ведущие игроки

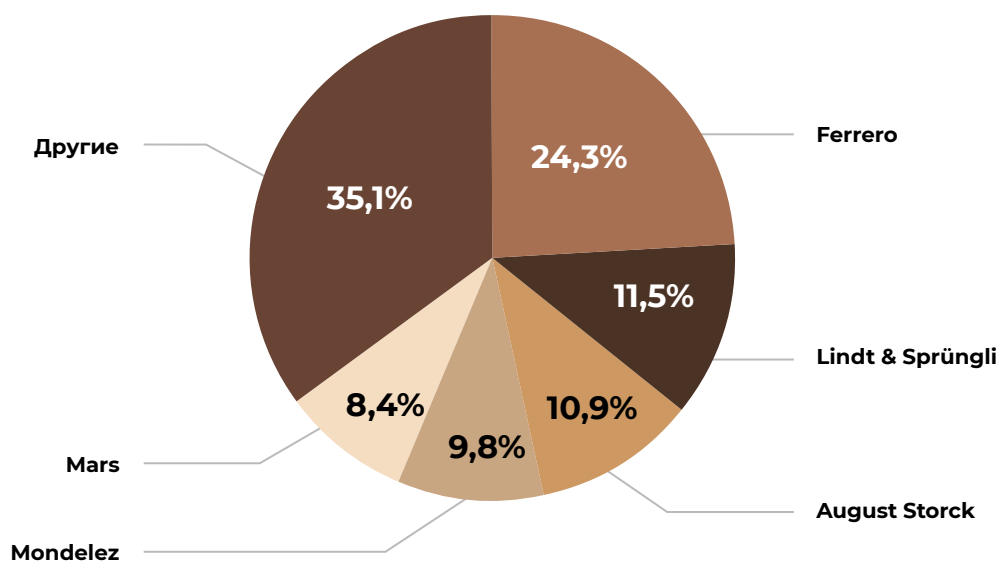
- **Edeka (входит в группу Edeka Zentrale)** — большая сеть супермаркетов, располагающихся в крупных торговых центрах или жилых районах, и предлагающих широкий ассортимент продуктов от многих брендов.
- **Rewe Markt** — большая сеть супермаркетов с удобным расположением, часто — в жилых районах. Предлагает достойный выбор шоколадных КИ различных видов и брендов.
- **Kaufland Warenhandel** — сеть гипермаркетов с очень конкурентными ценами, огромным выбором разнообразных товаров.
- **Marktkauf, E-Center** — региональные сети гипермаркетов, входящие в группу Edeka. Предлагают большой выбор и хороший ассортимент продукции в различных сегментах цены и качества.
- **Real SB-Warenhaus Holding** — сеть гипермаркетов Real, которые имеют широкий выбор товаров. Обычно удобно расположены в торговых центрах и на торговых площадях.



2.4. Конкуренстная среда и участники рынка

Ключевые игроки на немецком рынке шоколадных КИ — это в основном международные компании, которые продвигают продукцию, как правило, делая акцент на стране происхождения шоколада, например, Швейцарии или Бельгии, чтобы подчеркнуть качество продукции.

Рис. 17. Ведущие поставщики шоколада на рынок Германии по выручке, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International, EMIS

Ferrero

Компания Ferrero и ее бренды Kinder, Nutella, Rocher и другие широко известны в Германии. Огромный ассортимент продукции учитывает самые разные вкусы и предпочтения. Ferrero уделяет много внимания таким новым трендам, как экологичность (особенно в отношении упаковки) и корпоративная социальная ответственность, что импонирует немецким покупателям. Локализованные на территории Германии производственные площадки группы Ferrero позволяют компании обеспечивать своевременные и бесперебойные поставки.

Lindt & Sprüngli

Компания Lindt позиционирует свою продукцию, прежде всего плиточный шоколад и конфеты в коробках, как премиальную продукцию по доступным ценам. В качестве конкурентного преимущества подается страна производства шоколада — Швейцария.

August Storck

Компания выгодно использует свое немецкое происхождение и широко известные бренды, которые потребители помнят с детства. Werther's Original или Toffifee у многих вызывают ностальгические чувства. При этом компания постоянно предлагает новые варианты известных продуктов для удержания внимания и интереса со стороны покупателей.

Mon'delez

Mon'delez предлагает широкий выбор известных и популярных массовых брендов, таких как Milka. Многолетние традиции в сочетании с инновационными концепциями и соединением нескольких брендов в одном продукте повышают привлекательность товара, а значит, и его торговый потенциал.

Mars

Компания Mars известна во всем мире шоколадными батончиками (Snickers, Mars, Twix и др.), которые удобны, чтобы перекусить на ходу. Сильные позиции в категории мороженого и других видов пищевых продуктов поддерживают высокий уровень узнаваемости бренда.



Стандарты на продукцию

A close-up photograph of several broken pieces of dark chocolate stacked together. The chocolate has a rich, dark brown color and a slightly textured surface. A large, white, stylized number '3' is overlaid on the center of the stack, partially obscuring the chocolate pieces behind it. The background is dark and out of focus, emphasizing the chocolate and the number.

3



Содержание _____

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке

3.1. Требования к производителям

Сертификация пищевых продуктов в ЕС подразумевает тщательный контроль качества. Ожидается, что предприятия соответствуют стандартам менеджмента качества (ISO 9001 и др.) и пищевой безопасности (ISO 22000, HACCP, BRC или IFS).

Стандарт ISO 9001 «Системы менеджмента качества. Требования» подразумевает систематическое управление процессами и их взаимодействием в соответствии с политикой в области качества и стратегией развития компании. В России принят полноценный аналог стандарта международного образца — ГОСТ Р ИСО 9001.

Стандарт ISO 22000 «Системы менеджмента безопасности пищевых продуктов. Требования к организациям в цепи производства и потребления пищевых продуктов» устанавливает требования к системе менеджмента безопасности пищевых продуктов и способствует дальнейшему совершенствованию систем качества и безопасности продукции, систематизации управления всеми производственными процессами, повышению ответственности и компетентности персонала на всех этапах производства.

Международный стандарт BRC описывает требования к безопасности пищевых продуктов, качеству и производственным процессам. Многие международные предприятия розничной торговли требуют от поставщиков соблюдения настоящего стандарта. Международная организация розничной торговли — Глобальная инициатива по безопасности пищевых продуктов (GFSI) признала его в качестве одного из равноценных стандартов безопасности пищевых продуктов.

Стандарт IFS основан на принципах ISO 9001 и HACCP и ориентирован на обеспечение безопасности пищевой продукции и упаковки. IFS признается крупнейшими торговыми сетями, которые контролируют более 60% мировой торговли. В странах ЕС (прежде всего, в Германии) IFS является наиболее востребованным стандартом для поставщиков ведущих торговых сетей. В частности, стандарт IFS поддерживают все члены Торговой ассоциации Германии (HDE), а также аналогичных ассоциаций Франции и Италии, в том числе Metro Group, Edeka, Rewe Group, Aldi, Lidl, Kaufland, Kaiser's Tengelmann, Auchan, Carrefour Group.

Хотя сертификация на соответствие перечисленным выше стандартам не является обязательной, предприятиям, не имеющим таких сертификатов, крайне сложно или фактически невозможно реализовать свою продукцию. Поэтому российским предприятиям кондитерской промышленности, планирующим выход на рынок Германии, настоятельно рекомендуется пройти процедуры сертификации на соответствие требованиям международных стандартов. Следует отметить, что согласно международным правилам, сертификация должна проводиться независимыми, неаффилированными лицами и компаниями. После того, как независимая компания разработает документацию и проведет

внедрение системы менеджмента, предприятие-производитель подписывает договор с органом по сертификации, который осуществляет оценку соответствия всем требованиям стандартов.

3.2. Требования к продукции

Шоколад в Германии производится в соответствии с требованиями стандарта Кодекс Алиментариус «Стандарт Кодекса для шоколада и шоколадных продуктов CODEX STAN 87-1981 (в редакции 2016 г.)», а также в соответствии с требованиями Директивы Европейского Парламента и Совета 2000/36/ЕС от 23 июня 2000 г. «О продуктах, содержащих какао, и шоколадных изделиях, предназначенных для потребления людьми» (Directive 2000/36/EC of the European Parliament and of the Council of 23 June 2000 relating to cocoa and chocolate products intended for human consumption).

В соответствии с Директивой 2000/36/ЕС, шоколадом называется «продукт, полученный из какао-продуктов и сахаров, который содержит не менее 35% общего сухого остатка какао, в том числе не менее 18% какао-масла и не менее 14% сухого обезжиренного остатка какао». При этом отмечается, что если после термина «шоколад» в наименовании продукта содержится описание его формы, например, «шоколад vermicelli», «шоколадные хлопья», «шоколад кувертюр» или «шоколад джандуйя», то каждая из этих форм будет иметь свои потребительские характеристики, определенные в директиве.

Директива 2000/36/ЕС определяет идентификационные признаки различных видов шоколада. В их числе:

- молочный шоколад;
- семейный молочный шоколад;
- белый шоколад;
- шоколад с добавками;
- шоколад a la taza;
- шоколад familiar a la taza;
- шоколад порционный или шоколадные конфеты.

Табл. 9. Требования к составу шоколада в соответствии с Директивой 2000/36/ЕС

Вид шоколада	Компонент, %						
	Общий сухой остаток какао-продуктов	В том числе: сухой обезжиренный остаток какао	В том числе: какао-масло	Молочный жир	Общий сухой остаток сухих веществ молока и/или продуктов его переработки	Крахмал/мука	Молотый лесной орех
Шоколад	Не менее 35	Не менее 14	Не менее 18	—	—	—	—
Молочный шоколад	Не менее 25	Не менее 2,5	—	Не менее 2,5–3,5	>= 12 - 14	—	—
Семейный молочный шоколад	Не менее 20	Не менее 2,5	—	Не менее 5	>= 20	—	—
Белый шоколад	—	—	Не менее 20	Не менее 2,5–3,5	>= 14	—	—
Шоколад a la taza	Не менее 35	Не менее 14	Не менее 18	—	—	Не более 8	—

Идентификационные признаки для других видов шоколада, не указанных в Директиве 2000/36/ЕС, следует определять в соответствии с CODEX STAN 87-1981 (в редакции 2016 г.).

Директива 2000/36/ЕС при производстве обозначенных в ней видов шоколада и шоколадных КИ допускает (без уменьшения минимального содержания компонентов из какао-бобов) использование растительных жиров, отличных от какао-масла, в количестве, не превышающем 5% массы конечного продукта. Эти растительные жиры (по отдельности или в смесях) выполняют функцию эквивалентов какао-масла. Европейский регулятор установил закрытый перечень тропических немодифицированных масел, допустимых к использованию в шоколаде помимо масла какао: иллипе, борнео, тенгкванг, пальмовое, сал, ши, масло из ядер манго.

Российским производителям кондитерской продукции, работающим с КИ в шоколадной глазури в понимании ГОСТ Р 53897-2010 «Глазурь. Общие технические условия», следует учитывать, что термин «шоколадная глазурь обыкновенная, содержащая 25% и более общего сухого остатка какао, в том числе 12% и более масла какао», на английский язык следует переводить как «chocolate compound» или «chocolate glaze».

Необходимо помнить о том, что в странах ЕС в соответствии с Приложением №1 к Регламенту Комиссии (ЕС) 2019/649 установлено жесткое ограничение по содержанию трансизомеров жирных кислот (отличных от трансжиров, естественно присутствующих в жирах животного происхождения) во всех видах готовой продукции на уровне не более 2% по массе. Принятый в Таможенном союзе «Технический регламент на масложировую продукцию» (ТР ТС 024/2011) устанавливает аналогичные требования по содержанию трансизомеров жирных кислот в готовой продукции, однако в ЕАЭС такое нормирование не распространяется на заменители масла какао, которые находят применение при производстве некоторых видов КИ.

Регламент Комиссии (ЕС) 2018/290 от 26 февраля 2018 г., вносящий изменения в Регламент (ЕС) № 1881/2006 в отношении максимальных уровней сложных эфиров глицидиловых жирных кислот в растительных и животных жирах, детском питании и смесях, а также пищевых продуктах специального медицинского назначения, предназначенных для младенцев и детей младшего школьного возраста, устанавливает предельно допустимые уровни 2- и 3-монохлорпропандиола (2-MCPD, 3-MCPD), сложных эфиров жирных кислот и глицидиловых эфиров жирных кислот в целом ряде продуктов. Поскольку в настоящее время на территории России практически нет лабораторий, способных провести исследования содержания глицидиловых эфиров, 2-MCPD и 3-MCPD, российским производителям кондитерской продукции рекомендуется до начала экспорта в Германию направить для исследования в лабораториях этой страны жиры, планируемые к использованию в готовых КИ.

В соответствии с Исполнительным решением Комиссии (ЕС) 2019/1793 от 22 октября 2019 г. о временном усилении официальных мер контроля и экстренных мерах, регулирующих ввоз определенных товаров из определенных стран, власти ЕС требуют от российских производителей кондитерских (в том числе шоколадных) изделий сертификат установленной формы на орехосодержащую продукцию. Данный сертификат предоставляется до отправки груза с территории России и подтверждает факт отсутствия микотоксинов (включая афлотоксины) в готовом изделии. В дальнейшем данная информация вводится в международную систему TRACES. Исследования продукции должны проводиться только указанными в Директиве методами, а их результаты должны вноситься в сертификат установленного образца.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

СЕ (Conformité Européenne) или знак «европейское соответствие» — специальный знак, наносимый на продукцию, который подтверждает ее соответствие Директивам ЕС и гармонизированным нормам технического регулирования ЕС и обозначает, что продукция прошла процедуру сертификации или декларирования для европейского рынка. СЕ-сертификация является обязательной для доступа на рынок стран ЕС.

Маркировка какао и шоколада регламентируется «горизонтальной» Директивой 2000/13/ЕС и «вертикальной» Директивой 2000/36/ЕС.

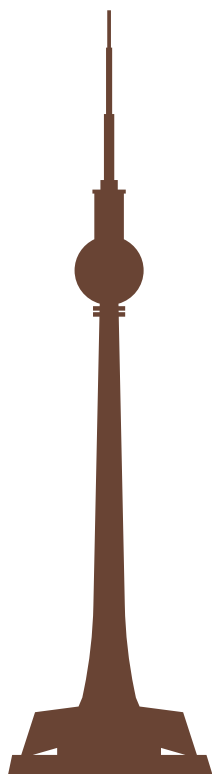


Кроме того, требования к упаковке определены в [Директиве 94/62/ЕС от 20.12.1994 г.](#), принятой для предотвращения или уменьшения негативного воздействия упаковки и упаковочных отходов на окружающую среду. Последняя редакция Директивы об упаковке и упаковочных отходах появилась 29 апреля 2015 г. с принятием Директивы (ЕС) 2015/720.

Согласно статье 8 Директивы (ЕС) 2015/720 для облегчения сбора, повторного использования и утилизации, включая переработку, на упаковке должен быть указан характер используемого упаковочного материала. Соответствующая маркировка должна содержаться либо на самой упаковке, либо на этикетке.



По аналогии с предварительным тестированием в лабораториях Германии масложировой составляющей готовой кондитерской продукции, целесообразно до начала экспорта направить через торгового партнера макет индивидуальной (групповой) упаковки готового КИ для согласования в уполномоченные органы Германии.



Барьеры входа на рынок



Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

В соответствии с Регламентом Европейского Парламента и Совета от 9 октября 2013 г. № 952/2013, устанавливающим Таможенный кодекс ЕС, перевозчики груза обязаны заблаговременно уведомить первую таможенную ввозную декларацию (ENS) в электронном виде. ENS может быть подана также импортером или иным заинтересованным лицом, обладающим полномочиями в отношении товаров. После подачи ENS декларант имеет право внесения в нее изменений. Изменения становятся невозможными в следующих случаях:

- таможенные органы проинформировали декларанта о проведении проверки в отношении ввозимых товаров;
- таможенные органы установили, что данные, содержащиеся в общей таможенной декларации, недостоверны;
- товары уже были представлены таможенному органу. В случае, если товары, в отношении которых была подана ENS, не ввозятся на таможенную территорию ЕС, такая декларация признается таможенным органом недействительной либо по заявлению декларанта, либо по истечению 200 дней после ее подачи.

Предельный срок подачи ENS зависит от вида транспорта, на котором товары ввозятся в ЕС, а также от ряда специфических характеристик товаров. Так, в соответствии с Регламентом Еврокомиссии от 28 июля 2015 г. № 2015/2446, изданным в дополнение к некоторым положениям вышеупомянутого Регламента № 952/2013, в отношении товаров, перевозимых морским транспортом, действуют следующие сроки подачи ENS:

- для контейнерных грузов — не позднее 24 часов с момента погрузки товаров на судно, перевозящее груз;
- для навалочных грузов — не позднее, чем за 4 часа до прибытия судна в первый порт ввоза на территории ЕС.

При перевозке товаров воздушным транспортом сроки подачи ENS зависят от длительности рейса:

- в случае длительности рейса до 4 часов декларация должна быть подана к моменту фактического вылета самолета;
- в случае длительности рейса более 4 часов — не позднее чем за 4 часа до прибытия самолета в первый аэропорт на территории ЕС.

При использовании железнодорожного транспорта сроки подачи ENS также зависят от длительности перевозки:

- в случае, если время между отправлением поезда от последней станции третьей страны до таможни первого въезда на территорию ЕС составляет не более 2 часов — не позднее чем за 1 час до прибытия в первый таможенный орган въезда;
- в остальных случаях — не позднее чем за 2 часа до прибытия товаров в первый таможенный орган въезда.

При перевозке товаров автомобильным транспортом подача ENS должна быть осуществлена не позднее чем за 1 час до прибытия товаров в первый таможенный орган въезда.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Германией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Единая тарифная ставка применяется к российскому экспорту шоколада и шоколадных КИ во все страны ЕС.

Германия импортирует продукцию кода ТН ВЭД 1806 (шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао) в основном из других стран ЕС — Бельгии, Нидерландов, Польши, Италии и Франции, а также из Швейцарии. Благодаря таможенному союзу, страны ЕС получают беспошлинный доступ на рынок Германии. Нулевые пошлины также действуют на импорт этой продукции из Швейцарии, заключившей с ЕС соглашение о свободной торговле.

В соответствии с Регламентом Еврокомиссии импорт продуктов питания, содержащих молоко, сахар, муку и/или крахмал, облагается пошлиной с переменным компонентом, рассчитываемой в зависимости от содержания в продукте молочного жира, молочного белка, сахарозы / инвертного сахара / изоглюкозы и крахмала/глюкозы. Переменный компонент пошлины обозначается в таможенном тарифе ЕС аббревиатурами EA (дополнительная пошлина на сельскохозяйственный компонент), ADSZ/ADSZR (дополнительная пошлина на сахар) и ADFM (дополнительная пошлина на муку). Итоговое значение пошлины может быть определено экспортером самостоятельно с помощью системы расчета таможенного тарифа ЕС TARIC после указания содержания в продукте молочных жиров и/или белков, крахмала, сахарозы/сахара.

Табл. 10. Ставки ввозной пошлины Германии в отношении продукции кода ТН ВЭД 1806 из России

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	8% + 0-41,9 евро/100 кг
180620	Изделия готовые прочие, в брикетах, пластинках или плитках массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном или другом аналогичном виде в контейнерах или в первичных упаковках	8,3% + ЕА (до 18,7%) + ADSZR или 15,4% + ЕА
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	8,3% + ЕА (до 18,7%) + ADSZR
180632	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках без начинки	8,3% + ЕА (до 18,7%) + ADSZR
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	8,3% + ЕА (до 18,7%) + ADSZR

Источник: [ITC Market Access Map](#)

Ко всем вышеуказанным товарам применяются квоты с внутриквотными ставками в 38% и 43%. Квота со ставкой 38% применяется с 1 июля 2022 г. по 30 июня 2023 г., в то время как квота со ставкой 43% — с 1 января по 31 декабря 2022 г.

Можно сделать вывод от том, что тарифы, применяемые Германией на шоколадные кондитерские изделия, являются заградительными.

Нетарифные барьеры

Нормативные требования

В связи со вступлением в силу 21 апреля 2021 г. ранее принятых изменений в законодательные и другие нормативно-правовые акты ЕС, в том числе Регламенты 853/2004 и 2017/625, Делегированные Регламенты 2019/625, 2020/692, 2021/629 и 2021/630, а также Имплементирующие Регламенты 2020/2235 и 2021/632, существенно изменился общий подход к ввозу композитной (включая кондитерскую) продукции в страны ЕС.

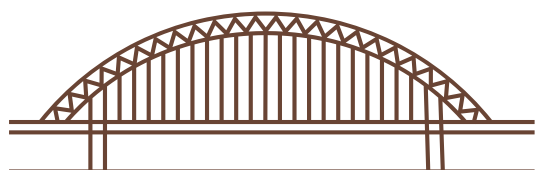
В соответствии с Делегированным Регламентом ЕС 2019/626 под композитным (составным) понимается пищевой продукт, содержащий в своем составе

как компоненты растительного происхождения, так и переработанные продукты животного происхождения. Требования к документации и контролю такой продукции зависят от того, является ли она «стабильной для хранения и перевозки» (shelf-stable). При этом, если ранее было установлено процентное содержание составных частей животного происхождения в композитной продукции на уровне 50% или более, то теперь принятые требования распространяются на продукцию, содержащую в своем составе любое количество ингредиентов животного происхождения (в том числе сухого молочного сырья, яйцепродуктов и т.д.).

Согласно Имплементирующему Регламенту ЕС 2020/2235 вся композитная продукция, в зависимости от технологических свойств компонентов животного происхождения, должна сопровождаться документами новой формы. Для кондитерской продукции требуется Свидетельство частной аттестации.

С 21 апреля 2021 г. импорт и обращение композитной продукции на рынке ЕС возможны только при условии, что каждый содержащийся в ней переработанный продукт животного происхождения был произведен на предприятиях, имеющих официально утвержденные номера (approval number) и уполномоченных экспортировать переработанные продукты животного происхождения в ЕС. Иными словами, сырье животного происхождения (включая сухую молочную продукцию, яйцепродукты и т.д.), используемое при изготовлении конечного (композитного) продукта, должно поступать только с тех предприятий, которые были успешно проинспектированы официальными представителями компетентного органа ЕС и внесены в соответствующий список с присвоением индивидуального номера и права экспорта продукции в ЕС. По состоянию на момент выпуска справочника, в России отсутствуют производители сухого молочного сырья, одобренные для поставок продукции в ЕС. Таким образом, предприятиям кондитерской промышленности, нацеленным на рынок Германии, при выборе поставщиков сырья животного происхождения, прежде всего сухой молочной продукции, стоит обращать внимание на наличие у предприятия права экспорта продукции в ЕС.

Со списками предприятий, имеющих право экспорта в ЕС, можно ознакомиться на сайтах [Европейской комиссии](#) и [Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору](#).



Организация экспортных поставок



5



Содержание

5.1.

Логистика

5.3.

Формы присутствия на рынке

5.2.

Осуществление
валютно-финансовых операций

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 18. Доставка шоколада и шоколадных КИ из России в Германию



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Доставка рефрижераторного груза из России в Германию традиционно осуществляется морским или автомобильным транспортом. Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь мелких партий груза, к тому же поддержание температурного режима в процессе перегрузки продукции на терминалах вызовет большие трудности.

Автомобильная перевозка

Доставка товара в порт отправления через склад накопления

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 18 тонн брутто. При наиме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковый по нагрузке на склады сезон (с октября по март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

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

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

Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки либо мест производства товара.

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

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера.

Доставка товара напрямую от производителя в порт отправления

При организации перевозки необходимо учитывать, что по территории России доставку тяжелого контейнера можно осуществить либо на автомобиле с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо на автомобиле с шестью или семью осями.



В теплое время года при температуре воздуха выше +10 °С необходимо использовать дизель-генератор для подключения холодильной установки контейнера к источнику питания и обеспечения стабильно низкой температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +10 °С и ниже использование дизель-генератора является желательным, но не обязательным, так как рефрижераторный контейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение примерно 24 часов, которых в большинстве случаев достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС 0%.

Доставка товара в пункт назначения на территории Германии

Доставка может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто.

При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. Перевозка может осуществляться как в рефрижераторном автомобиле, так и в тентованном прицепе в зимний период. Ответственность за перевозку и состояние груза несет сторона, на которую возложены риски за перевозку в соответствии с условиями торгового контракта. Время в пути составляет от трех до семи дней.

В связи с действиями недружественных стран в отношении России в рамках ответных мер был введен запрет на перемещение грузовых транспортных средств таких стран по территории России, за исключением перевозки большинства продовольственных товаров, к которым относится и шоколад. Ориентировочная стоимость доставки груза из России в Германию на январь 2023 г. — 3,5–4,0 евро за км. В зимний период возможна доставка груза без использования рефрижераторной установки.

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС 0%.

Морская перевозка

Из портов Санкт-Петербург и Новороссийск регулярные судозаходы в порты Германии осуществляет морская линия MSC (табл. 11).

Табл. 11. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Санкт-Петербург	Новороссийск
Бремерхафен (Bremerhaven)	22	18
Гамбург (Hamburg)	—	20

Сроки и стоимость доставки

Табл. 12. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в Германию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — СПб — Бремерхафен	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	7 160	27	0,38	35–40
Белгород — Новороссийск — Бремерхафен	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	7 880	27	0,34	15–20
Москва — СПб — Бремерхафен	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	6 590	27	0,39	20–30

Продолжение табл. 12.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Москва — Новороссийск — Бремерхафен	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	8 460	27	0,30	35–40
Белгород — Новороссийск — Гамбург	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	7 950	27	0,34	15–20
Москва — Новороссийск — Гамбург	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	8 500	27	0,30	35–40

Указаны действующие на январь 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы: на наземную доставку рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутриворотное экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за доллар США.

В перечне ставок указана отправка из Белгорода и Москвы в связи с расположением в данных регионах крупных производств. Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциальных рисков транзитных портов, возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто по факту предоставления коносамента) и т.д.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства Российской Федерации № 1104 от 15 сентября 2017 г. с изменениями и дополнениями](#) экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).



Таможня

Таможенное оформление шоколада и шоколадных изделий на экспорт в Германию 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 (ранее паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

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

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании — экспортеры шоколадной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательно подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (ранее паспорт сделки) 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);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории Российской Федерации.

Возможные контрагенты

1) Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через различные порты России:

- ООО «ГК «СУПЕРКАРГО»;
- ООО «Галеас».

2) Сюрвейерские компании:

- SGS;
- TOP FRAME;
- IPC NORMANN.

3) Контакты морских линий приведены в разделе «Морская перевозка».

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

Страхуемые риски

В данную категорию входят следующие риски:

- а) утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- б) возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
 - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- в) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;

- d)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- e)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
- f)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i)** утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз, без вести;
- j)** утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- k)** подмочка груза атмосферными осадками;
- l)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m)** нарушение температурного режима (влияние температуры) в результате остановки рефмашины в результате ее поломки на срок не менее 24 непрерывных часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха внутри рефрижератора в период перевозки груза (самописцами);
- n)** кража и/или грабеж, и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потерей груза в результате военных рисков.

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

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски простоя несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны с такими проблемами, как:

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

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В этой ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета позволяет полноценно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютно-финансовых операций

Евро — официальная валюта Германии и еврозоны, свободно конвертируемая валюта. Правительство Германии не устанавливает никаких форм контроля за покупкой или продажей иностранной валюты на территории страны. В Германии также отсутствуют ограничения и барьеры для движения капитала, валютной выручки или выплаты дивидендов.

Универсальная банковская система Германии позволяет более чем 1 500 банкам и сберегательным кассам страны (с общей сетью, превышающей 25 тыс. филиалов) принимать депозиты и выдавать кредиты клиентам, а также торговать ценными бумагами. Экономике Германии несвойственна нехватка кредитов. Их предоставляют по рыночным ставкам как национальным, так и иностранным контрагентам. Кроме того, доступны различные кредитные инструменты и услуги в сфере торгового финансирования. Традиционная немецкая система перекрестного владения акциями между банками и промышленными компаниями, а также высокий уровень банковских заимствований по сравнению с акционерным финансированием позволяют немецким банкам оказывать существенное влияние на развитие промышленности в стране.

Товары, импортируемые из-за пределов Европейского союза, должны проходить соответствующие таможенные процедуры. Обязательно наличие грузовой таможенной декларации. Также таможенные органы могут потребовать иные документы, например счет-фактуру. Для прохождения таможенной очистки в Германии все документы должны быть заранее поданы в электронном виде немецким импортером или уполномоченным оператором. Для этого необходимо зарегистрироваться в системе таможенного администрирования ATLAS (German Customs Administrations ATLAS System).

При организации взаиморасчетов с контрагентами из Германии могут возникать сложности технического характера вследствие санкционной политики ЕС в отношении российской экономики в инвестиционно-финансовой и торговой областях.

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

Основные документы, необходимые экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций в рамках организации поставок в Германию:

- коммерческий контракт, составленный на немецком и русском языках или только на немецком языке;
- счет-фактура, в котором указаны все проданные товары и стоимость каждого из них и который выдается клиенту производителем или дилером;

- акт приема-передачи товарно-материальных ценностей;
- сертификат происхождения товара с указанием страны происхождения, удостоверенный торговой палатой страны происхождения;
- транспортный документ (международная транспортная накладная, авиа- или железнодорожная накладная);
- упаковочный лист, в котором указаны вес, способ упаковки и код товарной номенклатуры для каждого товара;
- таможенная декларация.

Документы должны быть представлены в оригинале и как минимум в одной копии.

Особенности практики применения вариантов взаиморасчетов

Большинство импортных операций немецких клиентов, особенно с участием крупных немецких дистрибьюторов, осуществляются по постоплате на условиях открытого счета на 30, 60 или 90 дней либо по схеме документарного инкассо с оплатой против документов. Электронный перевод средств — наиболее популярный, быстрый и дешевый платежный механизм, с помощью которого немецкие импортеры переводят платежи своим поставщикам.

Расчеты с использованием аккредитива все еще используются в некоторых сделках, но применяются все реже в основном из-за стоимости их открытия и временных требований, а также из-за прозрачности и безопасности других, более удобных вариантов расчетов. Предоплата наличными при реализации импорта в Германию используется редко.

В Германии доступно как частное, так и государственное страхование экспортных кредитов. В число крупнейших частных страховщиков входят Euler Hermes, Coface и Atradius, основным государственным страховщиком является Staatliche Kreditversicherung (Hermes-Bürgschaften). Последний находится в ведении Euler Hermes и специализируется на покрытии немецкого экспорта в страны с высоким политическим и страновым риском.

В целом немецкие фирмы пользуются довольно высокой деловой репутацией благодаря своей платежной практике и кредитному менеджменту. Риски неоплаты в Германии варьируют по регионам и отраслям. Рекомендуется тщательная проверка контрагента, чтобы избежать риска неоплаты.

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

В Германии есть недискриминационная, хорошо развитая инфраструктура финансовых услуг. Несмотря на то что корпоративное финансирование через рынки капитала находится на подъеме, финансовая система Германии

по-прежнему основана на банках, банковские кредиты — преобладающая форма финансирования компаний, особенно малых и средних предприятий.

Можно выделить ряд крупных и надежных банков Германии (табл. 13).

Табл. 13. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт ²
Deutsche Bank AG	Самый крупный банк Германии по величине активов, насчитывает более 1 500 отделений и филиалов. В его структуру входят коммерческие, ипотечные, инвестиционные банки, лизинговые компании. Осуществляет широкий спектр финансовых услуг в корпоративном и розничном сегментах	www.deutsche-bank.de
Commerzbank AG	Один из крупнейших банковских концернов Германии. Специализируется на финансовых операциях клиентов, выходящих на международные рынки	www.commerzbank.com
HypoVereinsbank (HVB)	Является дочерней компанией UniCredit S.p.A. В основном специализируется на бизнесе частных клиентов и корпоративных банковских услугах	www.hypovereinsbank.de
Bayerische Landesbank	Один из ведущих коммерческих банков для крупных и средних клиентов в Германии. Регионально ориентированный банк по финансированию корпоративных клиентов и недвижимости со сбалансированным профилем рисков	www.bayernlb.de
АКА Ausfuhrkredit- Gesellschaft mbH	Крупная кредитная организация, осуществляющая финансирование, рефинансирование, оказывающая услуги по принятию на себя риска, услуги в связи с краткосрочными, среднесрочными и долгосрочными экспортными операциями, а также другими международными операциями	www.akabank.de/en

²Для открытия некоторых сайтов необходимо воспользоваться VPN.

5.3. Формы присутствия на рынке

Основные нормативно-правовые акты, регулирующие создание и деятельность компаний, регистрируемых на территории Германии:

- Торговый кодекс Германии (Handelsgesetzbuch, HGB);
- Германское гражданское уложение (Bürgerliches Gesetzbuch, BGB);
- Торговый реестр (HR) и Реестр кооперативов (GR), ведущиеся участковыми судами в электронном виде;
- Закон о немецких акционерных корпорациях (Aktengesetz, AktG);
- Закон о немецких обществах с ограниченной ответственностью (Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung, GmbHG);
- Закон о немецких торговых и деловых кооперативах (Gesetz betreffend die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften).

Действующие редакции нормативно-правовых актов Германии можно найти на [интернет-портале](#).

Иностранные инвесторы могут вести предпринимательскую деятельность (осуществлять экспорт/импорт товаров или услуг):

- без постоянного присутствия на территории Германии;
- через расположенное в ФРГ отделение компании;
- как индивидуальный частный предприниматель;
- через общество с персональной ответственностью;
- через общество с привлеченным капиталом (табл. 14).



Табл. 14. Сравнительная таблица организационно-правовых форм

Организационно-правовая форма	Регистрация	Число участников	Минимальный капитал, евро	Участие в прибыли. Ответственность
Индивидуальное частное предпринимательство	Не обязательна	1	Не установлен	Вся прибыль принадлежит предпринимателю. Неограниченная личная ответственность
Общество гражданского права (GbR)	Отсутствует	2	Не установлен	Распределение прибыли пропорционально внесенным долям. Полная солидарная ответственность участников
Открытое торговое общество (товарищество) (Offene Handelsgesellschaft, OHG)	Регистрация в торговом реестре (HR). Ведется участковыми судами в электронном виде	2	Не установлен	По 4% от доли в капитале, остаток прибыли распределяется равномерно. Полная солидарная ответственность участников
Коммандитное товарищество (Kommanditgesellschaft, KG)	Регистрация в торговом реестре (HR). Ведется участковыми судами в электронном виде	1 генеральный партнер и 1 или больше партнеров с ограниченной ответственностью	Не установлен	По 4% от доли в капитале, остаток прибыли распределяется равномерно. Полная ответственность генерального партнера, остальные партнеры — в пределах вклада
Общество с ограниченной ответственностью (Gesellschaft mit beschränkter Haftung, GmbH)	Регистрация в торговом реестре (HR). Ведется участковыми судами в электронном виде	1	25 тыс.	Распределение прибыли пропорционально внесенным долям. Ответственность ограничена размером имущества общества

Продолжение табл. 14.

Организационно-правовая форма	Регистрация	Число участников	Минимальный капитал, евро	Участие в прибыли. Ответственность
Предпринимательское общество с ограниченной ответственностью (UG)	Регистрация в торговом реестре (HR). Ведется участковыми судами в электронном виде	1	1	75% прибыли распределяется пропорционально долям, 25% резервируется на повышение уставного капитала до достижения 25 тыс.
Акционерное общество (Aktiengesellschaft, AG)	Регистрация в торговом реестре (HR). Ведется участковыми судами в электронном виде	1	50 тыс.	Дивиденды зависят от вида и количества акций. Ответственность ограничена размером имущества акционерного общества

Все зарегистрированные предприятия должны физически присутствовать в Германии и иметь офис.

Основные и наиболее распространенные организационно-правовые формы

Акционерное общество

Акционерное общество учреждается с минимальным уставным капиталом 50 тыс. евро. Половина уставного капитала должна быть оплачена на момент регистрации денежным вкладом. Если оплата второй половины уставного капитала происходит в виде неденежных активов, то необходима оценка такого имущества независимым экспертом в Германии.

Акционерами могут быть физические и юридические лица, резиденты и нерезиденты Германии. Минимальное число акционеров — 1 (так называемое малое акционерное общество), максимальное — не ограничено. Акционеры отвечают по долгам и обязательствам предприятия в пределах своей доли в уставном капитале. Разрешен выпуск как именных акций, так и акций на предъявителя.

Управление обществом может осуществлять как один директор (Geschäftsführer), так и совет директоров. Директорами вправе быть только физические лица (резиденты или нерезиденты Германии).

Общество обязано сформировать наблюдательный совет для контроля деятельности директоров. Акционеры вправе назначать и увольнять директоров в любое время, а также налагать любые ограничения на их права.

Общество с ограниченной ответственностью

Учреждается с минимальным капиталом 25 тыс. евро. Вся сумма уставного капитала должна быть оплачена на момент регистрации денежным вкладом. При регистрации двумя и более учредителями достаточно внести 50% уставного капитала. Оставшаяся часть должна быть оплачена в течение первого года работы компании.

Участниками могут быть физические и юридические лица, резиденты и нерезиденты Германии. Минимальное число участников — 1, максимальное — не ограничено. Компания не выпускает акции как таковые, и участие в компании определяется долями, которые могут быть выражены только именными сертификатами (выпуск сертификатов на предъявителя не разрешается).

Все участники свободны в передаче своих долей третьим лицам (требуется нотариальное оформление передачи). В учредительном договоре может быть предусмотрено положение о необходимости соответствующего решения общим собранием участников компании.

Управление компанией может осуществлять как один директор (Geschäftsführer), так и совет директоров. Директорами вправе быть только физические лица (резиденты или нерезиденты Германии).

Если у компании более 500 служащих, то она обязана сформировать наблюдательный совет. Компания вправе осуществлять любую легальную деятельность, за исключением банковской, страховой, перестраховочной и иной, связанной с риском неограниченного числа третьих лиц.

Открытое торговое общество (товарищество)

Участниками могут быть физические и юридические лица, холдинги, резиденты и нерезиденты Германии. Открытое торговое общество (товарищество) предполагает наличие минимум двух равноправных партнеров.

Все партнеры несут неограниченную солидарную ответственность по долгам и обязательствам партнерства. Управлением предприятием занимаются генеральные партнеры, один из которых должен быть резидентом Европейского союза. Товарищество создается на основании договора. Не предусмотрено внесение минимального уставного капитала.

Коммандитное товарищество

Участниками могут быть физические и юридические лица, резиденты и нерезиденты Германии. Коммандитное товарищество предполагает наличие как минимум одного генерального партнера с неограниченной ответственностью (может быть компанией с ограниченной ответственностью) и одного или более партнера с ответственностью, ограниченной заведомо определенной партнерами суммой. Управлением бизнесом занимаются генеральные партнеры, один из которых должен быть резидентом Европейского союза.

Для регистрации компании в Германии потребуется:

- 1) Выбрать уникальное наименование (компания с подобным названием не должно быть в этом же регионе). Регистрируемая торговая марка должна быть уникальной на территории всей страны. Подробные требования к наименованию компаний можно уточнить в [Торгово-промышленной палате](#).
- 2) Заключить договор аренды офиса.
- 3) Оформить устав, учредительный договор и заверить все учредительные документы у немецкого нотариуса.
- 4) Открыть корпоративный счет в немецком банке.
- 5) Зарегистрировать компанию в торговом реестре и получить выписку из него.
- 6) Вступить в члены региональной торгово-промышленной палаты.
- 7) Получить внутренний налоговый номер (Steuernummer), при необходимости — таможенный номер (Zollnummer), а также номер плательщика НДС.

Затраты на регистрацию компании складываются из следующего:

- уставный капитал, зависящий от выбранной организационно-правовой формы;
- аренда помещения с юридическим адресом — в среднем 150–300 евро в месяц;
- услуги немецкого нотариуса — около 600 евро;
- государственная пошлина за внесение в торговый реестр — 300 евро.

При выборе организационно-правовой формы и регистрации компании рекомендуется обратиться за консультацией в юридическую фирму. В среднем стоимость услуг посредников составляет 3 тыс. евро. Помощь в сборе документов и регистрации компании в торговом реестре и в налоговой инспекции также оказывают нотариусы. Реестр нотариусов можно найти на [информационном портале Федеральной нотариальной палаты](#). Срок регистрации компании в торговом реестре составляет 1 месяц. Оформление налогового номера может занять до 2 месяцев.

Представительства и филиалы иностранной компании

В гражданском и торговом праве Германии отсутствует понятие «представительство». Однако инвесторы могут открыть в ФРГ офис иностранной компании, который с точки зрения немецкого законодательства не будет являться его обособленным подразделением. Такой офис иностранной компании может заниматься установлением деловых контактов или участвовать в сборе необходимой информации. При необходимости осуществлять предпринимательскую деятельность можно зарегистрировать отделение иностранной компании, к которому предъявляются специальные требования.

Отделение иностранной компании

Отделение компании может быть зарегистрировано в двух видах:

- самостоятельное отделение (Selbstständige Niederlassung, SN);
- несамостоятельное отделение (Unselbstständige Niederlassung, USN).

USN должно быть зарегистрировано и поставлено на учет в ведомстве по делам предпринимательской деятельности по месту нахождения такого отделения.

USN является частью материнской компании и, как правило, расположено за пределами основного предприятия. Деятельность USN, в том числе выставление и оплата счетов, ведется исключительно от имени материнской компании.

SN является промежуточной формой ведения предпринимательской деятельности между полностью самостоятельным в правовом смысле дочерним обществом и обычным USN.

Самостоятельное отделение создается для долгосрочного ведения деятельности и действует от имени материнской компании, может иметь собственное имущество, обязано самостоятельно вести бухгалтерский учет и подавать отчетность.

SN должно быть внесено в немецкий Торговый реестр, а также поставлено на учет в ведомстве по делам предпринимательской деятельности. Наименование отделения должно содержать фирменное наименование материнской компании, к которому дополнительно могут добавляться слова «отделение и место его расположения».

Для регистрации самостоятельного отделения необходимо:

- 1) Назначить руководителя отделения, который будет представлять интересы общества и заключать сделки от его имени.
- 2) Открыть банковский счет.
- 3) Подать заявление на регистрацию в немецкий участковый суд по месту предполагаемого местонахождения SN.

Заявление и учредительные (регистрационные) документы материнской компании должны быть легализованы в соответствующем порядке и заверены немецким нотариусом.

Срок регистрации отделения компании составляет от 5 до 7 рабочих дней.

Дочернее (зависимое) общество

В случаях, когда российская компания выступает учредителем общества в Германии (единолично или совместно с другим предприятием) или приобретает доли/акции в существующем обществе, с точки зрения немецкого законодательства такое общество будет признаваться дочерним (зависимым) (MG). Немецкое дочернее общество рекомендуется учреждать в форме GmbH (см. табл. 14).

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами регистрации и охраны объектов интеллектуальной собственности в Германии занимается Ведомство по патентам и торговым знакам DPMA. Германия присоединилась к таким региональным организациям, как Европейское патентное ведомство и Офис по гармонизации на внутреннем рынке (регистрация товарных знаков и промышленных образцов). Страна является участником следующих международных организаций и договоров:

- Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Табл. 15. Охрана интеллектуальных прав в Германии

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны, лет	Международный договор
Патент Закон о патентах (Patent Anwalts Ordnung)	3 (первоначальный период)	Договор о патентной кооперации
Товарный знак Закон о товарных знаках (MarkenG)	10 (с продлением)	<ul style="list-style-type: none"> • Договор о законах по товарным знакам • Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков
Авторское право Закон об авторском праве	70 (после смерти автора)	<ul style="list-style-type: none"> • Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений • Женевская конвенция о фонограммах • Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей и вещательных организаций • Договор ВОИС по авторскому праву • Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам
Промышленный образец Закон о промышленном образце	25	

Германия является стабильной и надежной юрисдикцией в области регистрации и защиты прав на товарные знаки. Национальная система товарных знаков тесно переплетена с системой товарных знаков ЕС (EUTM), поэтому часто целесообразно сочетать возможности данных систем.

Немецкое законодательство защищает следующие виды товарных знаков:

- знаки в виде слов, рисунков, букв, цифр, а также акустические знаки, трехмерные знаки, цвета и сочетания цветов;
- личные имена, а также изобразительные, буквенные, цифровые, звуковые знаки, если они связаны с индивидуальными признаками товаров/услуг и помогают их отличать от товаров других производителей.

Закон Германии о товарном знаке предусматривает защиту названий произведений, таких как названия и специальные обозначения печатных изданий, кинематографических, сценических, музыкальных или других сопоставимых

с перечисленными произведениями. Кроме того, охраняется право на географическое указание и наименование места происхождения товара.

Незарегистрированные товарные знаки

Незарегистрированные товарные знаки пользуются в Германии защитой, если получили общественное признание в результате использования в торговле или если представляют собой общеизвестный товарный знак согласно Парижской конвенции. Для получения общественного признания товарный знак должен интенсивно использоваться и приобрести репутацию на рынке Германии. Товарный знак может получить этот статус даже если он используется вне территории страны.

Регистрация товарного знака в Германии

Товарным знаком в Германии может владеть любое физическое, юридическое лицо или товарищество (в той мере, в какой товарищество обладает способностью приобретать права и нести обязанности). Правообладатель имеет право использовать, лицензировать или запрещать другим лицам использование товарного знака.

Для регистрации товарного знака необходимо подать заявку с указанием имени и адреса заявителя или его представителя, обозначения товарного знака (в особенности, если это изобразительный, трехмерный, цветной, звуковой или иной знак), а также спецификации товаров/услуг, в отношении которых запрашивается защита товарным знаком.

Обозначение товарного знака может быть представлено на бумажном или цифровом носителе³. Все обозначения должны содержаться в одном файле. В отношении товарных знаков, которые не могут быть представлены иным способом, допускается описание в качестве единственного средства обозначения, если в тексте четко и однозначно указан объект охраны товарного знака.

Регистрационный сбор DPMA за заявку (до трех классов) составляет 290 евро при подаче в электронном виде и 300 евро, если подается на бумажном носителе. За каждый дополнительный класс добавляется 100 евро. Для ускоренного рассмотрения заявки необходимо доплатить 200 евро. Регистрационный сбор DPMA за подачу заявки на защиту коллективного или сертификационного знака составляет 900 евро (до трех классов) и по 150 евро за каждый дополнительный класс. В случае продления срока правовой охраны товарного знака необходимо своевременно уплатить пошлину за продление — 750 евро (до трех классов) и 260 евро за каждый дополнительный класс.

³ Подробнее см. <https://www.dpma.de/marken/index.html>.

После уплаты регистрационного сбора DPMA проводит экспертизу заявки на предмет ее соответствия всем формальным и материальным требованиям. Если эксперт придет к выводу об отсутствии оснований для отказа, товарный знак будет зарегистрирован. Как правило, с момента подачи заявки до регистрации товарного знака проходит от двух до четырех месяцев.

Регистрация международного товарного знака

Варианты международной защиты товарного знака:

- регистрация товарного знака EUTM;
- международная регистрация с защитой в Германии — использование в Германии товарного знака, в том числе зарегистрированного в международном реестре, с указанием стран, на которые распространяется действие этого товарного знака.

Заявка подается через DPMA в ВОИС в электронном виде. ВОИС проводит экспертизу заявки и регистрирует товарный знак в Международном реестре при условии выполнения всех требований, после чего публикует в бюллетене *Gazette des marques internationales*. В случае предоставления охраны владельцем товарного знака с международной регистрацией получает полные права владельца знака с национальной регистрацией. В случае отказа в регистрации товарного знака в одной из стран охрана товарного знака остается в силе в других указанных странах. Срок охраны при международной регистрации знака составляет 10 лет с возможностью продления.

Защита права на товарный знак

В случае нарушения прав на товарный знак предусмотрены следующие средства правовой защиты:

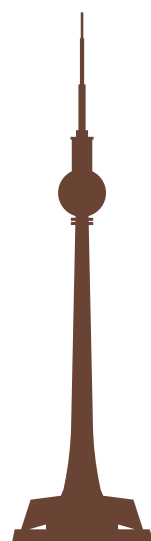
- судебные обеспечительные меры в виде предварительного или постоянного запрета;
- возмещение ущерба или взыскание необоснованного обогащения;
- отзыв и уничтожение контрафактных товаров.

Умышленное нарушение прав на товарный знак в соответствии с уголовным законодательством Германии наказывается штрафом либо лишением свободы на срок до пяти лет. Срок исковой давности по претензиям, связанным с нарушением прав на товарный знак, составляет три года или 10 лет, если истцу не было известно о противоправном деянии.

Доменные имена

Владельцем доменного имени в Германии может быть любое физическое или юридическое лицо, обладающее правоспособностью. Доменное имя «.de» должно быть зарегистрировано в сетевом информационном центре DENIC. Регистрация домена «.de» может быть организована любым интернет-провайдером, который либо сам является членом DENIC, либо сотрудничает с его членом.

Можно подать заявление на регистрацию домена «.de» непосредственно в DENIC, однако центр не предлагает дополнительных интернет-услуг, таких как web-пространство или электронная почта. Регистрация доменного имени предоставляется первому заявителю, и сама по себе не создает права интеллектуальной собственности.



Продвижение продукции



6



Содержание _____

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Уникальное торговое предложение

Учитывая зрелость и насыщенность немецкого рынка, медленный рост населения, а также тенденцию к снижению спроса на традиционные виды шоколада, экспортерам желательно сформировать уникальное торговое предложение, учитывающее вкусовые предпочтения потребителей. При этом важно учесть региональные различия. Немецкий рынок децентрализован и разнообразен, со специфическими предпочтениями и вкусами в разных регионах.

Сотрудничество с импортерами и дистрибьюторами

Немецкие розничные сети редко импортируют товары напрямую из других стран. Большинство розничных продавцов продуктов питания предпочитают покупать у импортеров и оптовых дистрибьюторов, специализирующихся на импорте продуктов питания и напитков. Как правило, эти оптовики специализируются на продуктах или товарных группах, а некоторые даже являются экспертами по продуктам питания из определенной страны происхождения. Эти специализированные импортеры обладают глубокими знаниями по требованиям к импорту, такими как необходимые сертификаты на продукцию, данными по маркировке и упаковке. Они также заботятся о доставке, таможенном оформлении, складировании и распространении продукции внутри страны.

Позиционирование продукции

На высоко конкурентном рынке шоколадных кондитерских изделий в Германии российским экспортерам следует выбирать комплексный подход при разработке стратегии позиционирования продукции. Перед выводом продукции на прилавки магазинов важно повышать узнаваемость бренда и осведомленность потребителей о преимуществах непосредственно российской продукции. Рекомендуется принимать участие в международных выставках и ярмарках, посвященных кондитерским изделиям, где следует проводить дегустацию продукции, информируя об ее уникальных и полезных свойствах. Также следует сделать акцент на органической и веганской продукции, которая пользуется большим спросом среди немецких потребителей.

Стратегия выхода на рынок

В качестве первого шага при выходе на рынок шоколадных КИ Германии рекомендуется наладить сотрудничество с ведущими ритейлерами, включая дискаунтеры и сети супер- и гипермаркетов, предлагающими сезонные продукты и ограниченные серии. Сезонный шоколад в больших упаковках и по более низким ценам — ключ к выходу на рынок через дискаунтеров и супермаркеты. Бесплатные образцы шоколада, промо-акции и скидки в магазинах, а также онлайн-обзоры и отзывы в социальных сетях служат катализаторами роста спроса.

Стандарты качества

Экспортер должен взвешенно подойти к выбору стандартов качества для сегментов, в которых планирует работать. Необходимо придерживаться этих стандартов и следить за их поддержанием в будущем. Несоблюдение согласованных стандартов и условий станет ударом по репутации компании и ее положению на рынке. Также важно ознакомиться с добровольными стандартами, которые могут быть важны для розничных каналов продажи.

Безопасность пищевых продуктов

Контроль цепочки поставок от собственных заводов до потребителя имеет первостепенное значение на немецком рынке, который очень чувствителен к вопросам безопасности пищевых продуктов. В связи с этим экспортер должен быть готов продемонстрировать свою способность контроля качества и безопасности поставок по всей цепочке дистрибуции.



6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p>Internationale Grüne Woche Международная «зеленая неделя» в Берлине, посвященная сельскому хозяйству и пищевой индустрии</p> <p>https://www.gruenewoche.de/</p>	<p>Берлин Messe Berlin</p>	20–29.01.2023
<p>My Cake Международная выставка дизайна тортов и креативной выпечки</p> <p>https://www.mycake-messe.de</p>	<p>Фридрихсхафен Messe Friedrichshafen</p>	04–05.02.2023
<p>TasteFest Продовольственная ярмарка</p> <p>https://www.tastefest.de/startseite/</p>	<p>Дортмунд Messe Dortmund</p>	10–12.03.2023
<p>ISM Cologne Крупнейшая международная выставка КИ и оборудования для кондитерской промышленности</p> <p>https://www.ism-cologne.com</p>	<p>Кельн Koelnmesse</p>	23–25.04.2023
<p>Anuga Международная выставка продуктов питания</p> <p>https://www.anuga.de/</p>	<p>Кельн Koelnmesse</p>	07–11.10.2023
<p>Iba Выставка хлебобулочных и кондитерских изделий</p> <p>https://www.iba.de/en/</p>	<p>Мюнхен Messe München International</p>	22–26.10.2023

Особенности деловой культуры





Бизнес культуру Германии отличают организация, планирование и перфекционизм. Основные требования делового этикета – обязательность и пунктуальность. Деловые встречи проходят в официальной обстановке. Немцы относятся к бизнесу очень серьезно и ожидают того же от своих деловых партнеров. Нужно быть осторожным с юмором. Во всем ценится профессиональный подход, в том числе в подготовке к переговорам.

В ходе делового общения в Германии не принято задавать вопросы личного характера — здесь четко разграничивается профессиональная и личная жизнь. Для успешного построения деловых отношений нужно следовать бизнес-протоколу и поддерживать репутацию надежного партнера.

Планирование встречи

Для установления бизнес-отношений лучше прибегнуть к посредничеству банка, представительства или торгово-промышленной палаты (Industrie und Handelskammer).

Деловые встречи планируются заранее, например, за две недели и следуют строгому распорядку. Крайне важно прийти на встречу вовремя, как минимум, за 10 минут до ее начала. Задержка считается выражением непочтительности. Вынужденное опоздание необходимо обосновать и желательно предупредить о нем заранее. Самое худшее — отменить встречу в последний момент.



Этикет приветствия

Приветствие и прощание начинается с рукопожатия с прямым зрительным контактом. Это относится и к мужчинам, и к женщинам. Рукопожатием обмениваются все присутствующие, начиная со старшего по должности или по возрасту. Считается неприличным пожимать кому-либо руку, держа другую в кармане. Принято соблюдать личную дистанцию.

Обращаться следует по фамилии и на «вы»: «господин/госпожа» (Herr/Frau), затем профессиональный титул и фамилия. Обращение на «ты» используется в основном при общении близких друзей, но и деловой партнер может предложить вам перейти на «ты».

Стиль одежды

Деловой стиль одежды предполагает сдержанность и консерватизм. Для мужчин обязателен темный костюм с галстуком, для женщин — строгий костюм с брюками или юбкой. Небрежность в одежде недопустима.

Подарки

Во время деловых встреч подарками не обмениваются, но можно вручить небольшой презент уже после успешного завершения переговоров. Предпочтительны недорогие сувениры, особенно из натуральных материалов. Госслужащим запрещено принимать подарки.

Визитные карточки

На визитках следует указать должность, звания, профессиональные титулы, полные контактные данные. Имеет смысл подготовить визитки на немецком языке, это будет расценено как признак уважения к партнерам.

Деловое общение

В Германии переговоры начинают сразу после знакомства. Все рабочие вопросы обсуждаются последовательно. К переговорам необходимо тщательно подготовиться и представить презентацию с подробной информацией.

Во время делового общения немецкие бизнесмены ведут себя сдержанно и внимательно выслушивают участников встречи. При этом поддерживается зрительный контакт, что выражает заинтересованность. Ценятся честность и прямота, точность в цифрах, фактах, датах. Уделяется пристальное внимание графикам и таблицам.

Особенности деловой культуры

Недопустимо прерывание переговоров телефонными звонками, либо случайными посетителями. Деловые люди из Германии имеют четкую позицию в бизнесе, поэтому тактика давления неприемлема. Все принятые обязательства должны быть соблюдены.

При планировании деловых визитов в Германию рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 16. Государственные праздники Германии в 2023 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Международный женский день	8 марта
Великая Страстная пятница	7 апреля
Пасхальное воскресенье	9 апреля
Пасхальный понедельник	10 апреля
День труда	1 мая
Вознесение Христа	18 мая
Троица	29 мая
День германского единства	3 октября
Рождество	25 декабря
Рождество Святого Стефана	26 декабря

Преимущества и риски осуществления поставок



8

Содержание _____



8.1.

Преимущества

8.2.

Риски

8.1. Преимущества

Большая емкость рынка и высокая покупательная способность населения

Германия, как и соседние европейские страны, входит в число лидеров по потреблению шоколада и шоколадных кондитерских изделий. По данным Euromonitor International, в 2022 г. среднегодовой уровень потребления шоколада в Германии находился на уровне 12,1 кг/чел. в год. Для сравнения в Российской Федерации этот показатель не превышает 4,5 кг/чел. в год. В целом рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий Германии оценивается приблизительно в 976 тыс. тонн, из которых 527,6 тыс. тонн составляет импортируемая продукция. С такими показателями рынок Германии является чрезвычайно привлекательным для экспортеров, а также может рассматриваться в качестве хаба для дальнейшего реэкспорта.

В стране один из наиболее высоких уровней подушевого дохода, что делает этот рынок привлекательным для поставок высокомаржинальной продукции. Кроме того, в Германии живет много граждан из бывших советских республик, которые любят и ценят российские бренды кондитерских изделий.

Качество, широкий ассортимент и конкурентная стоимость

Российский шоколад ценится за его качество. Требования к шоколаду и шоколадным кондитерским изделиям, зафиксированные в технических регламентах Таможенного союза и в национальных стандартах Российской Федерации, сопоставимы с требованиями стандартов Codex Alimentarius и Директив ЕС, применимых на территории Федеративной Республики Германия.

При этом высокий уровень конкуренции на внутреннем рынке Российской Федерации и давние традиции производства кондитерских изделий обеспечивают широчайший ассортимент российской кондитерской продукции. Невысокие издержки по сравнению с европейскими производителями и эффект масштаба крупных кондитерских фабрик делают российскую продукцию конкурентоспособной по цене.

Таким образом, высокое качество продукции, широчайший ассортимент при конкурентном уровне цен являются основными конкурентными преимуществами российской кондитерской продукции на рынке Германии.

Крайне ограниченная государственная поддержка

Шоколадные кондитерские изделия не относятся в Германии к продуктам первой необходимости, поэтому государственная поддержка производителей кондитерской продукции в стране, являющейся одним из крупнейших производителей, потребителей и экспортеров шоколада, носит ограничительный

характер. Наоборот, к компаниям из отрасли могут применяться штрафные санкции и административные ограничения из-за картельных сговоров, несоответствия стандартам, нарушения прав потребителей.

С начала 2022 г. немецкие производители отметили ужесточение условий на внутреннем рынке, а именно повышение цен на энергию, сырье и логистику. Хотя правительство Германии развернуло третий пакет помощи жителям, малым и средним бизнесам, компании продолжают сообщать о финансовых затруднениях в производстве.

8.2. Риски

Стагнирующие политические и торгово-экономические отношения и новые барьеры на пути взаимной торговли

Политические и торгово-экономические отношения России и Германии являются напряженными в текущей геополитической обстановке. 21 апреля 2021 г. вступили в силу регламенты Европейского союза ЕС 2019/625 и 2020/2235, значительно расширившие список композитной (сложносоставной) продукции, содержащей компоненты растительного и животного происхождения и подлежащей ветеринарному контролю при ввозе и обращении на территории ЕС. Если раньше к композитной продукции, подлежащей ветеринарному контролю, относилась только продукция, содержащая мясо и рыбу в количестве более 50%, то новое регулирование расширило охват продукции.

В соответствии с новыми нормами:

- к списку ингредиентов композитной продукции добавлены яичные и молочные компоненты;
- композитной признается продукция, содержащая любое количество сырья животного или растительного происхождения;
- сырье животного происхождения композитной продукции должно быть получено с предприятий, разрешенных ЕС: применяется процедура аттестации или сертификации по новой форме в соответствии с требованиями ЕС.

Соответственно, после введения новых требований к композитной стала относиться кондитерская продукция с длительным сроком хранения и с содержанием молока и яиц, а импорт такой продукции на рынок ЕС становится возможным исключительно в том случае, когда каждый переработанный продукт животного происхождения, содержащийся в композитных продуктах, был произведен на предприятиях, расположенных в странах ЕС или в третьих странах, которые были успешно проинспектированы официальными представителями компетентного органа ЕС и внесены в соответствующий список с присвоением индивидуального номера и права экспорта такой продукции в ЕС.

При производстве кондитерской продукции наиболее распространенными видами сырья животного происхождения являются яичные продукты и сухие молочные продукты. По яичной продукции в Российской Федерации действует 4 предприятия, аудированных на поставки продукции в ЕС, однако по сухому молочному сырью российских производителей в таких перечнях нет.

Таким образом, до начала экспорта продукции в Германию российским производителям рекомендуется проверить наличие/отсутствие сырья животного происхождения в готовой композитной продукции. При наличии такого сырья, например при наличии молока в молочном шоколаде, при выборе поставщика сырья животного происхождения необходимо проверить присутствие поставщика в списках ЕС и наличие у него права экспорта продукции на территорию союза. С перечнем поставщиков молочной продукции из третьих стран, включая производителей из Республики Беларусь, можно ознакомиться по [ссылке](#). 16 декабря 2022 г. Советом Европейского союза были приняты акты, которые вводят очередные ограничительные меры по отношению к ряду отраслей экономики Российской Федерации, — так называемый девятый пакет санкций.

Девятый пакет санкций не устанавливает прямого запрета на ввоз российской продукции АПК, включая кондитерскую продукцию, в страны ЕС. Однако он вводит ограничения на предоставление Российской Федерации, а также юридическим лицам, созданным в Российской Федерации, услуг по техническим испытаниям и анализам, в том числе по испытаниям продуктов питания. После принятия девятого пакета санкций российские производители не могут рассчитывать на «услуги по проверке и анализу состава и чистоты, в том числе услуги по проверке и анализу химических и биологических свойств материалов, таких как воздух, вода, отходы (муниципальные и промышленные), топливо, металлы, почва, минералы, продукты питания и химикаты, а также услуги по проверке и анализу в смежных научных областях, таких как микробиология, биохимия, бактериология и др.».



Для российских производителей шоколада и шоколадных кондитерских изделий данные ограничения чреватые, например, тем, что европейские лаборатории могут отказать в проверке готового кондитерского изделия на содержание в нем трансизомеров жирных кислот. Учитывая тот факт, что в странах ЕС действуют очень жесткие ограничения по допустимому проценту содержания трансизомеров жирных кислот в готовой продукции, а в Российской Федерации практически нет лабораторий, способных выполнить такие анализы, российским производителям кондитерской продукции, прежде всего конфет и тортов длительного хранения, в начинках которых содержатся жиры растительного происхождения, необходимо проконсультироваться с партнером в странах ЕС на предмет возможности тестирования опытных образцов готовых изделий до начала их реализации на рынке ЕС.

Также до начала экспортных поставок рекомендуется обсудить с партнером в ЕС логистику доставки готовой продукции. Эта рекомендация становится особенно актуальной после запрета ЕС на передвижение по территории стран союза грузового автомобильного транспорта с российскими и белорусскими номерами и ответных мер, принятых Правительствами Российской Федерации и Республики Беларусь.

Высокая конкуренция, устоявшиеся поставщики и заградительные тарифы

На европейском рынке шоколада наблюдается высокая конкуренция. Помимо Германии, к числу мировых лидеров по производству шоколадных изделий относятся Бельгия, Нидерланды и Италия. Производители из этих стран находятся внутри общего с Германией рынка и сталкиваются с меньшими издержками на преодоление административных барьеров, продвижение и логистику, пошлины на их продукцию отсутствуют. Тарифные ставки, применяемые Германией на российские шоколадные кондитерские изделия, являются фактически заградительными. Немецкий рынок более насыщен по сравнению со странами СНГ, Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, куда сейчас направлен основной российский экспорт шоколада.

Карта действий экспортера





Экспортные поставки шоколада в Германию целесообразно планировать после тщательного изучения рынка и его специфики. Важно убедиться, что продукция, которую планируется экспортировать в Германию, будет востребована потребителями. Игнорирование подобного исследования чревато убытками. Ошибка в планировании на начальном этапе приведет к тому, что торговая наценка не обеспечит покрытия всех издержек.

Деловые отношения с зарубежными партнерами начинаются задолго до подписания контракта. Компании-поставщику необходимо провести глубокий анализ своей подготовленности к выходу на рынок Германии. При необходимости следует внести коррективы, учитывая следующие аспекты:

- достаточность производственных и ресурсных мощностей для экспорта товаров;
- соответствие маркировки, упаковки и дизайна продукции стандартам ЕС;
- определение оптимального способа реализации продукции (через дистрибьютора или прямые контракты с торговыми сетями).

До начала осуществления поставок необходимо изучить вопрос наличия технических барьеров в стране назначения.

Этап I — Подготовка к экспорту

- 1)** Получите общую информацию о барьерах.
- 2)** Определите возможные запреты и ограничения на импорт.
- 3)** Выберите партнера или агента в стране назначения.
- 4)** Проверьте наличие обязательных требований к экспортируемому товару.
- 5)** Проанализируйте информацию об обязательных требованиях.
- 6)** Определите формы оценки соответствия, предусмотренные для товара.
- 7)** Подготовьте документацию, необходимую для проведения оценки соответствия.
- 8)** Выберите дистрибьютора продукции на территории Германии (опция).
- 9)** Подготовьте и согласуйте индивидуальную и групповую упаковки с уполномоченными органами.

- 10) Учтите дополнительные требования рынка, включая проведение проверки в немецких лабораториях масложирового сырья, планируемого к использованию в готовой продукции.
- 11) Решите вопросы охраны интеллектуальной собственности при экспорте.

Этап II — Действия на территории России

- 1) Оформите полный пакет таможенных документов.
- 2) Проверьте соблюдение экспортных правил и присвоение товарам верных кодов ТН ВЭД.
- 3) Оплатите пошлины и сборы с учетом имеющихся льгот.
- 4) Организуйте доставку и страхование груза.

Контактная информация



10

Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Edeka Zentrale	Розничная торговля	Адрес: New-York-Ring 6, 22297 Hamburg, Germany Тел.: 0800 3335211 E-mail: info@edeka.de Сайт: https://clck.ru/VjppV
Rewe Group	Розничная торговля	Адрес: Domstraße 20, 50668 Köln, Germany Тел.: +49 221 1490 E-mail: impressum@rewe.de Сайт: https://www.rewe.de/
Lidl Stiftung	Розничная торговля (дискаунтер)	Адрес: Rötelstraße 30, 74172 Neckarsulm, Germany Тел.: 0800 4353361 Сайт: https://clck.ru/Vjq9K
ALDI Einkauf	Розничная торговля (дискаунтер)	Адрес: Eckenbergstraße 16/16A, 45307 Essen, Germany E-mail: impressum@aldi-nord.de Сайт: https://clck.ru/VjqAi
Globus SB-Warenhaus Holding	Розничная торговля (гипермаркеты, магазины товаров для дома)	Адрес: Leipziger Str. 8, 66606 St. Wendel, Germany Тел.: +49 6851 9090 E-mail: kundenservice@globus.de Сайт: https://clck.ru/VjqCt
Real SB-Warenhaus Holding	Розничная торговля (гипермаркеты)	Адрес: Rötelstraße 35, 74172 Neckarsulm, Germany Тел.: +49 2161 4030 E-mail: info@real.de Сайт: https://www.real.de/
Süßwaren Albrecht	Оптовая торговля	Адрес: Daxa 13, 83112 Frasdorf/Daxa, Germany Тел.: +49 8032/989660 E-mail: info@best-sweets.de Сайт: http://www.bestsweets.de/

Компания	Профиль	Контактная информация
Horst Loeper — Großhandel	Оптовая торговля	Адрес: Ladebleek 6, 31180 Giesen – Niedersachsen, Germany Тел.: +49 5121 8090 679 E-mail: info@loeper.de Сайт: https://www.loeper.de/
METRO Deutschland	Розничная торговля (гипермаркеты)	Адрес: Metro-Straße 8, 40235 Düsseldorf, Germany Тел.: +49 (0) 211 969 0 E-mail: kontakt@metro.de Сайт: https://www.metro.de/
Monolith West	Импорт, оптовая торговля	Адрес: Zum Frenser Feld 4a, 50127 Bergheim, Germany Тел.: +49 2273 9495400 E-mail: info@monolith-gruppe.com

Полезные организации

Организация/ведомство	Контактная информация
Торговое представительство Российской Федерации в Германии	Адрес: Unter den Linden 55–61, 10117 Berlin, Germany Тел.: +49 30 229 0386/229 0388 Сайт: https://clck.ru/VjqXs
Представительство ТПП Российской Федерации в Германии	Адрес: Leipziger Strasse, 63, 10117 Berlin, Germany Тел.: +49 30 204 4202 E-mail: info@hik-russland.de Сайт: https://clck.ru/Vjqa2
Агентство по внешнеэкономической деятельности Германии (Germany Trade & Invest, GTAI)	Адрес: Friedrichstrasse 60, 10117 Berlin, Germany Тел.: +49 30 200 0990 Сайт: https://clck.ru/VjqdV
Немецкая ассоциация франчайзинга (Deutscher Franchiseverband)	Адрес: Luisenstraße 41, 10117 Berlin, Germany Тел.: +49 30 278 9020 E-mail: info(at)franchiseverband.com Сайт: https://clck.ru/VjqY

Контактная информация

Организация/ведомство	Контактная информация
Торгово-промышленная палата Берлина (Industrie- und Handelskammer zu Berlin, IHK Berlin)	Адрес: Fasanenstraße 85, 10623 Berlin, Germany Тел.: +49 30 315100 E-mail: service@berlin.ihk.de Сайт: https://clck.ru/Vjqqu
Немецкое ведомство по патентам и то- варным знакам (Deutsche Patent- und Markenamt, DPMA)	Тел.: +49 089 2195 1000 E-mail: info@dpma.de Сайт: https://clck.ru/VjqzJ

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



11



Действующие меры господдержки

Программа льготного кредитования

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

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

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для 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 создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере от 20% до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

- Отрасли:**
-  масложировая
(переработка масличных культур)
 -  зерновая
(глубокая переработка зерна)
 -  рыба и морепродукты
(переработка и консервирование рыбы)
 -  молочная
(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

Стимулирование производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

Отрасли:  продукция масложировой отрасли
(бобы соевые и семена рапса)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 (Приложение 11 (1))

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 на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

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

- 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
 -  табак, вакцины, удобрения, экстракты
 -  шелк, шерсть, лен

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

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

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах Китая (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хашимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул).

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 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.

Нормативно-правовая база

При выходе на рынок Германии необходимо учитывать положения следующих основных законодательных актов и нормативно-правовых документов:

- Гражданский кодекс (Bürgerliches Gesetzbuch);
- Торговый кодекс (Handelsgesetzbuch);
- Закон об обществах с ограниченной ответственностью (Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung, GmbH-Gesetz);
- Закон об акционерных обществах (Aktiengesellschaftsgesetz);
- Закон о недобросовестной конкуренции (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb);
- Закон о внешней торговле и платежах (Außenwirtschaftsgesetz);
- Закон о налогах с оборота (Umsatzsteuergesetz);
- Закон о трудовой конституции (Betriebsverfassungsgesetz);
- Закон о патентах (Patentgesetz);
- Закон о пошлинах в Национальном ведомстве по патентам и торговым маркам и Федеральном патентном суде (Gesetz über die Kosten des Deutschen Patent- und Markenamts und des Bundespatentgerichts);
- Закон о защите товарных знаков и других знаков обслуживания (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen, Markengesetz);
- Закон о введении в действие Директивы (ЕС) 2015/2436 Европейского парламента и Совета от 16 декабря 2015 г. о сближении законодательства государств-членов в области товарных знаков (MaMoG);
- Закон о правовой охране дизайна (Gesetz über den rechtlichen Schutz von Design);
- Закон об авторском праве и смежных правах (Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, Urheberrechtsgesetz);
- Закон о коммерческой тайне (Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen);
- Закон об ответственности за дефектную продукцию (Gesetz über die Haftung für fehlerhafte Produkte, Produkthaftungsgesetz, ProdHaftG);
- Постановление о регулировании торговли (Gewerbeordnung, GewO);

- Руководство DPMA по экспертизе заявок на товарные знаки и ведению реестра (Richtlinie für die Prüfung von Markenmeldungen und für die Registerführung).

Официальным источником опубликования нормативно-правовых актов Германии является правовой портал Министерства юстиции Германии Gesetze im Internet. Многие нормативные акты переведены на английский язык и размещены в разделе Translations.

Приложение №2.

Особые экономические зоны

В Германии нет особых экономических зон, но на территории страны расположены два свободных порта — Бремерхафен и Куксхафен, которые могут использоваться немецкими и зарубежными компаниями для хранения и перевалки грузов. Эти 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 ограничен⁴. 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 потребление⁵.



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Свободные порты в Германии

Бремерхафен / Freihafen Bremerhaven площадью 4 млн м² является четвертым по величине контейнерным портом в Европе⁶. Поддерживаются различные направления бизнеса, в основном, в сфере грузовых перевозок, хранения, погрузочно-разгрузочных работ и транспортировки, подготовки транспортных средств и хранения нефтепродуктов.

⁴ Подробнее см. ст. 238 Таможенного кодекса Европейского Союза (УСС)

⁵ <https://clck.ru/Vjp9Q>

⁶ <https://clck.ru/VjpLR>

Куксхафен / Freihafen Cuxhaven площадью около 147,8 тыс. м² в основном привлекает компании, занимающиеся хранением и транспортировкой мороженой рыбы⁷.

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.

⁷ <https://clck.ru/VjpMn>

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

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



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



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



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



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



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



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



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

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

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

Телефон: **+7 495 280-74-49**

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

