

Экспортный гид

МЯСО ПТИЦЫ



Индия



Экспортный гид

Мясо птицы



Индия

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта мяса птицы в Индию. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт мяса птицы в Индию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2023.

© Все права защищены.

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



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	8
1. Краткий обзор — Индия	11
1.1. Экономические тенденции	13
1.2. Политические тенденции.....	20
1.3. Демографические тенденции	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	23
2. Обзор рынка.....	26
2.1. Объем и динамика рынка	28
2.2. Потребительские предпочтения	37
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	39
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	51
3. Требования и стандарты на продукцию	53
3.1. Контролирующие органы.....	55
3.3. Требования к продукции.....	56
3.2. Требования к производителям	56
3.4. Требования к упаковке и маркировке.....	57
3.5. Процедура включения предприятий в список разрешенных.....	58
4. Особенности и барьеры входа на рынок	63
4.1. Особенности таможенных процедур.....	65
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры	69
5. Организация экспортных поставок	71
5.1. Логистика	73
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	85
5.3. Формы присутствия на рынке	88
5.4. Защита интеллектуальной собственности	91
6. Продвижение продукции.....	96
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	98
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	99
7. Особые экономические зоны	101
8. Особенности ведения бизнеса	107

9. Преимущества и риски осуществления поставок	114
9.1. Преимущества.....	116
9.2. Риски.....	117
10. Карта действий экспортера	119
11. Контактная информация	123
11.1. Потенциальные партнеры	125
11.2. Профильные организации	126
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	127

Резюме

- Индия — первая по численности населения страна мира, расположенная в Южной Азии. Является одной из крупнейших экономик мира с высоким потенциалом развития. Прочные деловые российско-индийские связи и огромный внутренний рынок делают страну привлекательной для экспорта российской продукции АПК.
- В стране сложилась устойчивая политическая система и деловая среда, однако в некоторых регионах сохраняется риск эскалации межэтнической и внешнеполитической напряженности.
- Индия оказалась достаточно устойчива к последствиям COVID-19 в силу своевременной массовой вакцинации населения, а также цифровизации экономики и оптимизации цепочек поставок, продемонстрировав рост ВВП на 8,7% в 2021 г.
- Животноводческий сектор Индии является одним из крупнейших в мире, в нем задействовано около двух третей сельского населения страны. На долю животноводства приходится 4,11% ВВП и 25,6% от общего объема сельскохозяйственного производства.
- Производство мяса птицы (бройлеров) является одним из стремительно растущих сегментов аграрной экономики Индии: при ежегодном росте сельскохозяйственного производства на 1–2% производство мяса птицы увеличивалось в среднем на 8–10% в год.
- Производство мяса птицы в Индии составило 4,2 млн тонн в доковидном 2019 г., но сократилось до 3,5 млн тонн в 2020 г. По итогам 2022 г. показатель оценивался на уровне 2019 г. с умеренной динамикой роста.
- Ожидается, что годовые объемы потребления мяса птицы на душу населения в Индии к 2030 г. вырастут приблизительно на четверть в результате изменения потребительских предпочтений на фоне роста располагаемых доходов. При этом существенного изменения структуры потребления в стране не прогнозируется.
- Многие индийские производители имеют ограниченный доступ к современным технологиям. До сих пор применяется ручной труд и в недостаточной степени соблюдаются санитарные меры, что приводит к распространению эпизоотий и снижению качества продукции.
- Рост оптовых цен на мясо птицы в Индии обусловлен тем, что в секторе HoReCa после завершения пандемии сложилась устойчивая ситуация превышения спроса над предложением.
- Основной канал сбыта мяса птицы — розничная торговля, представленная как сетевыми гипермаркетами, так и многочисленными продуктовыми магазинами, рынками, уличными лавками, где птица часто продается в живом виде. При этом в стране развивается электронная торговля, в том числе вследствие локдауна в период пандемии.

- Доступ на индийский рынок импортного мяса птицы практически невозможен из-за установленных высоких ввозных пошлин для защиты национальных производителей. Так, на конец 2022 г. пошлина составила 100% на части кур и 30% — на целые тушки.
- Логистика перевозок осложняется ввиду отсутствия общей границы и сухопутных торговых путей между Индией и Россией. Также в стране слабо развита логистика холодовой цепи для сельскохозяйственной и пищевой продукции.
- При текущем уровне благосостояния многие индийские потребители не имеют возможности регулярно приобретать мясо птицы и вынуждены ориентироваться на наиболее дешевую продукцию. Высокая значимость ценового фактора в массовом сегменте существенно ограничивает возможности продвижения импортного мяса на рынке страны.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

DGFT	Directorate General of Foreign Trade — Главное управление внешней торговли
FSSAI	Food Safety and Standards Authority of India — Управление по безопасности и стандартам пищевой продукции Индии
FTWZ	Free Trade Warehousing Zone — зона свободной торговли и складирования
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — система менеджмента безопасности пищевой продукции
HoReCa	Hotel, Restaurant, Catering — гостиничный и ресторанный бизнес
ITC	International Trade Centre — Международный торговый центр
UN Comtrade	База данных внешнеторговой статистики стран мира

Русскоязычные сокращения

АПК	агропромышленный комплекс
ВВП	валовой внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
МВФ	Международный валютный фонд
ОЭЗ	особая экономическая зона
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РНБ	режим наибольшего благоприятствования
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

Введение





Индия — крупнейшая по численности населения страна в мире. В 2023 г. в ней проживали свыше 1,4 млрд жителей. С 2000-х гг. страна проводит важные экономические реформы и добилась значительного прогресса, благодаря которому более 90 млн человек смогли выбраться из крайней нищеты. Россия является важным торговым партнером Индии в области сельского хозяйства, энергетики, здравоохранения и информационных технологий.

Общие сведения (2021 г.)

ВВП (в текущих ценах): 3 176,3 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 8,7%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 7 315,5 долл. США

Уровень инфляции: 5,5%

Приток ПИИ: 74,0 млрд долл. США (83,6 млрд долл. США за финансовый год 2021/2022)

Население: 1,41 млрд человек

Площадь: 3,0 млн км²

Крупнейшие города по численности населения: Мумбаи (12,6 млн), Дели (10,9 млн), Бангалор (8,4 млн), Хайдарабад (6,8 млн), Ахмедабад (6,4 млн)

Уровень урбанизации: 35,4%

Уровень безработицы: 6,0% (Всемирный банк);

7,8% (среднемесячные данные CMIE India)

Структура ВВП: сельское хозяйство (16,8%), промышленность (25,9%), сфера услуг (47,7%)

Структура занятости: сельское хозяйство (41,5%), промышленность (26,2%), сфера услуг (32,3%)

Основные товары экспорта: нефть и нефтепродукты, алмазы, лекарственные средства, ювелирные изделия, рис

Основные товары импорта: нефть и нефтепродукты, золото, газы нефтяные и углеводороды газообразные, алмазы, схемы электронные интегральные

Объем экспорта: 394,8 млрд долл. США

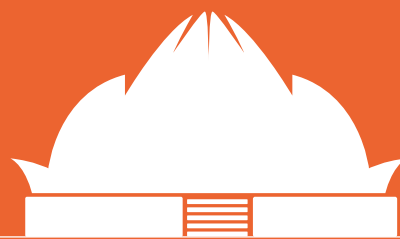
Объем импорта: 570,4 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Trading Economics, Indiastat, CMIE India, Министерство торговли и промышленности Индии
Примечание. Структура ВВП рассчитана по методике Всемирного банка.

Краткий обзор — Индия



Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

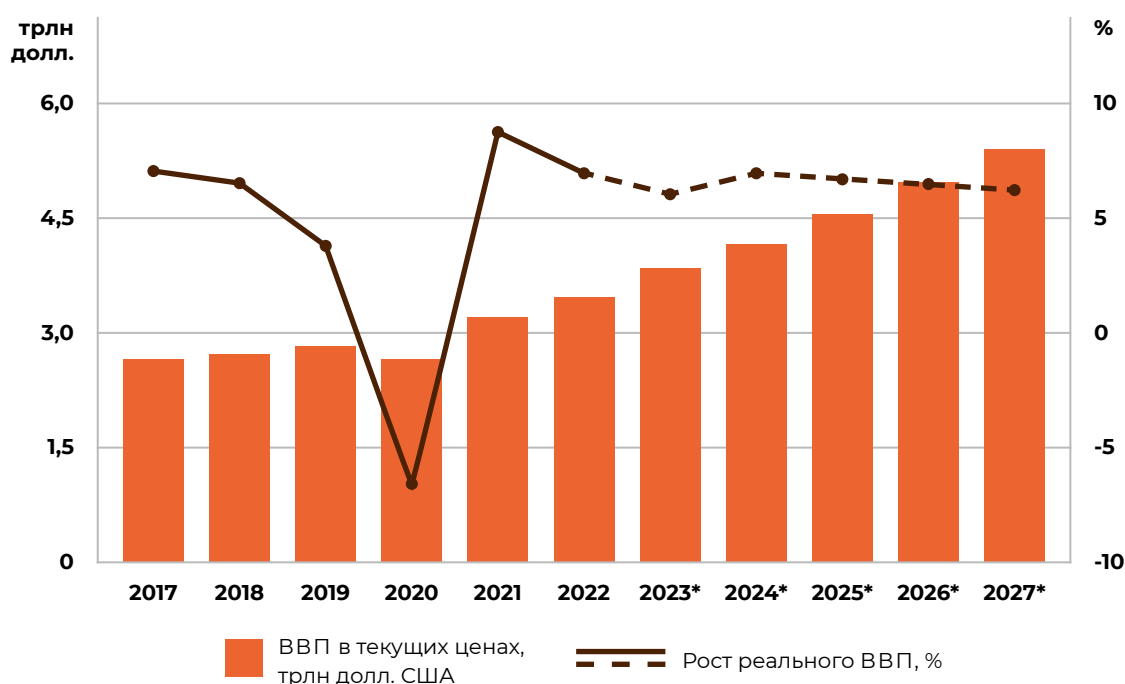
1.1. Экономические тенденции

Экономическая активность в Индии постепенно восстанавливается после спада, вызванного пандемией COVID-19. Индийская экономика продемонстрировала устойчивость к рискам благодаря более эффективному управлению цепочками поставок, увеличению степени цифровизации и вакцинации населения.

Индия находится на пути к устойчивому экономическому развитию благодаря политике правительства страны по улучшению логистической инфраструктуры, содействию промышленному производству и повышению доходов фермеров. Однако из-за последствий пандемии COVID-19 прогнозируются более медленные темпы роста в 2020–2029 гг.

Moody's понизило прогноз экономического роста Индии на 2022 г. с 7,7 до 7,0%. МВФ также скорректировал свой прогноз в отношении Индии с 7,4 до 6,8%. Пересмотр прогнозов был вызван рядом факторов: высокой инфляцией, существенным повышением процентных ставок, слабым внешним спросом, всеобщей волатильностью мирового финансового рынка, давлением доллара США на индийскую рупию, замедлением глобального роста мировой экономики.

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

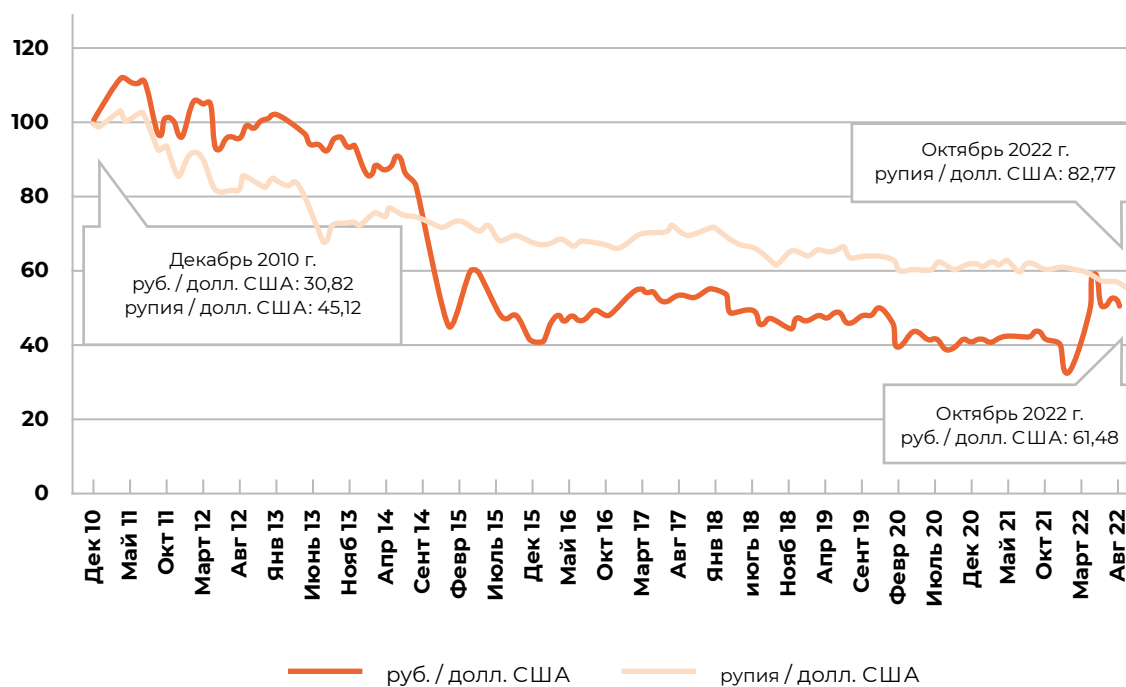


Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

Примечание. *прогноз.

В краткосрочной перспективе индийская рупия по-прежнему подвержена обесцениванию на фоне роста цен на нефть, ужесточения мировых финансовых условий, массового оттока капитала с развивающихся рынков¹. Продолжающийся отток капитала из Индии обусловлен глобальными факторами: многократным повышением процентных ставок Федеральной резервной системы США и другими центральными банками развивающихся стран, ростом доходности казначейских облигаций США, ростом цен на сырьевые товары. В нынешних условиях обесценивание рупии усугубляет инфляционное давление, поскольку страна покрывает 85% потребности в нефти за счет импорта. Падение рупии приведет к большим государственным расходам (в виде субсидий) и сделает более дорогим погашение долга в иностранной валюте для индийских компаний.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и индийской рупии 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.

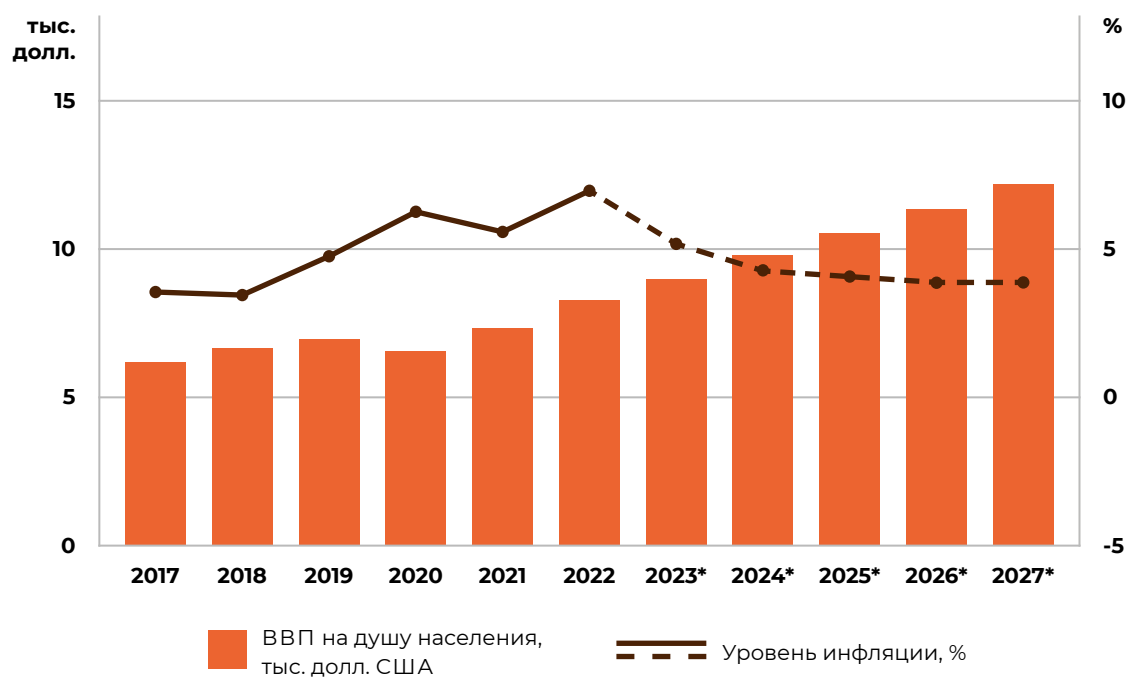
¹ Благодаря политике количественного смягчения и сверхнизких процентных ставок, введенной в странах с развитой экономикой после пандемии COVID-19, иностранные инвесторы занимали значительные суммы денег по очень низкой цене и вкладывали вырученные средства в высокодоходные активы в Индии и других странах с развивающейся экономикой. Однако после того, как ЦБ США и другие страны с развитой экономикой сообщили о повышении процентных ставок для сдерживания растущей инфляции, иностранные инвесторы сократили свои риски в Индии (и на других развивающихся рынках) и переместили средства в другие активы, такие как казначейские облигации США и золотовалютные резервы.

Показатель инфляции в 2021 г., по оценке МВФ, составил 5,5% (против 6,2% в 2020 г.). Индекс потребительских цен рос в основном за счет продовольственной инфляции на уровне 5,6% в 2021 г., а также повышения цен на изделия легкой промышленности более чем на 8%.

Инфляция в Индии снизилась до 6,8% в годовом исчислении в октябре 2022 г. по сравнению с пятимесячным максимумом в 7,4% в сентябре 2022 г. в связи с эффектом высокой базы и более медленным ростом продовольственных цен. Тем не менее показатель немного превысил рыночные ожидания в 6,7% и целевой диапазон Резервного банка Индии в 2–6% (уже 10-й период подряд). Инфляция снижалась на продукты питания (-1,6 п.п. против сентября 2022 г.), топливо и ЖКХ (-0,5 п.п.). Инфляция цен на жилье, одежду и обувь практически не изменилась: колебания были в пределах 0,01 процентного пункта.

По итогам 2022 г. показатель инфляции составил 6,9% и в 2023 г. прогнозируется на уровне 5,1%.

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

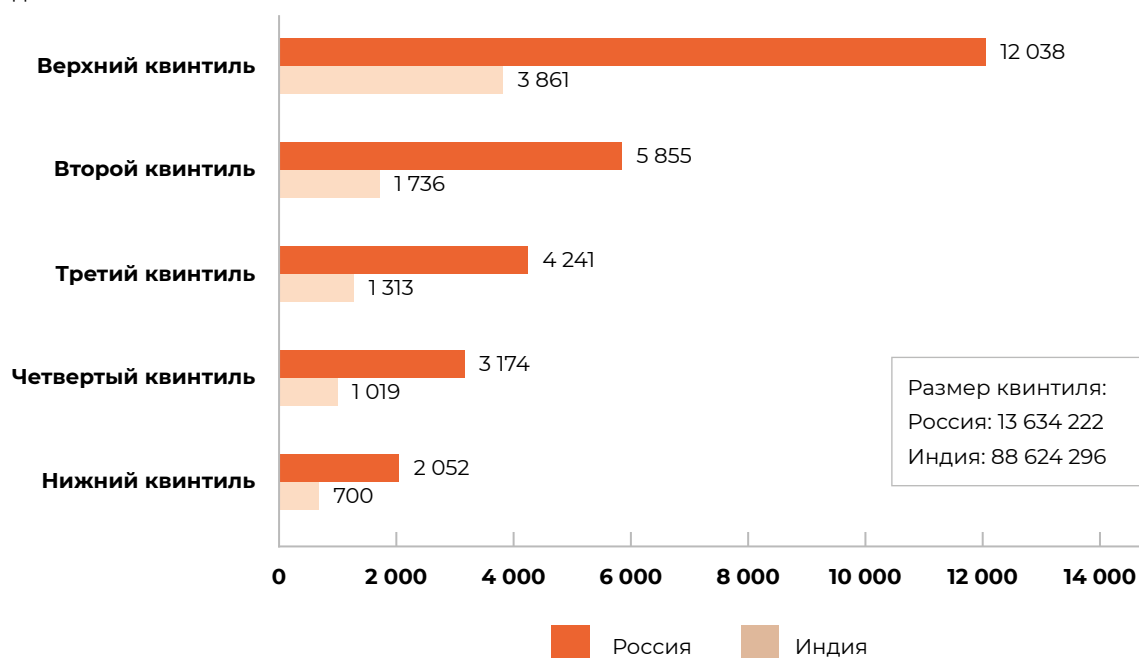


Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

Рост доходов сопровождается увеличением социального неравенства в Индии. На долю наиболее обеспеченных граждан (первого квинтиля) приходится 44,7% национального дохода. Согласно исследованиям Института конкурентоспособности Индии по запросу Экономического консультативного совета премьер-министра Индии (ЕАС-РМ), разница в распределении доходов привела к тому, что у 1% самых богатых людей доходы как минимум в три раза выше, чем у 10% самых бедных. По данным The World Inequality Report, Индия входит в число стран с наибольшими диспропорциями в уровне доходов и качества жизни: разрыв между 1% богатейших и 50% беднейших самый большой среди крупнейших экономик мира.

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

Сельское хозяйство играет важную роль в экономике Индии, обеспечивая 16,8% ВВП (532,1 млрд долл. США) и 41,5% занятости трудоспособного населения. Индия занимает ключевые позиции в мире по объемам производства многих продуктов растениеводства, таких как зерновые (3-е место), овощи и фрукты (2-е место), бобовые (1-е место), сахарный тростник (2-е место) и чай (2-е место).

Животноводческий сектор Индии является одним из крупнейших в мире, в нем задействовано около двух третей сельского населения страны. На долю животноводства приходится 4,11% ВВП и 25,6% от общего объема сельскохозяйственного производства². Индия обладает крупнейшим в мире поголовьем крупного рогатого скота с более чем 300 млн голов. В структуре поголовья примерно треть приходится на буйволов, мясо которых употребляется в пищу. По производству молока страна является мировым лидером.

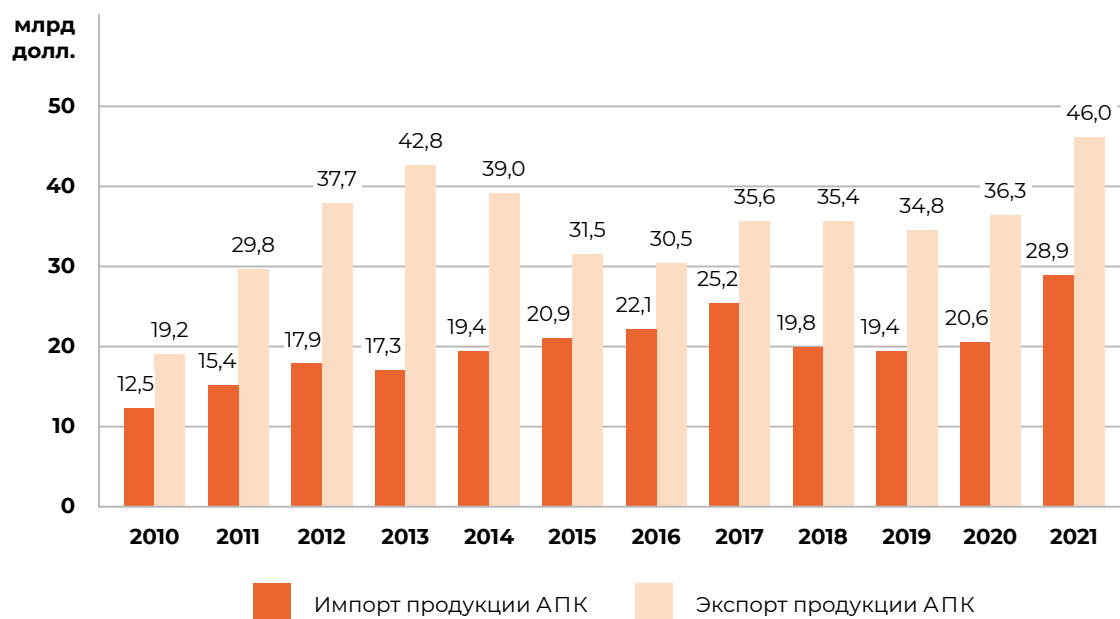
Индия — крупнейший в мире потребитель растительных масел: на три основных вида растительного масла (пальмовое, соевое и подсолнечное) приходится 57,9% импорта продукции АПК в стоимостном выражении. Также по объемам импорта стоит выделить орехи (кешью, миндаль) и бобовые культуры (фасоль, чечевица, горох, соевые бобы).

Основу индийского экспорта продукции АПК составляют рис, ракообразные, сахар, мясо, а также пшеница. На долю этих товаров в 2021 г. пришлось 41,5% агроэкспорта страны в стоимостном выражении.



² www.insightsonindia.com/agriculture/economics-of-animal-rearing/animal-husbandry-in-india

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



Источник: ITC Trade Map

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Рис	9 623,6	20,9
Ракообразные	5 253,9	11,4
Сахар свекловичный и тростниковый	3 813,1	8,3
Говядина и пищевые субпродукты крупного рогатого скота	3 315,5	7,2
Пшеница	1 723,4	3,7
Паприка	1 306,4	2,8
Масло касторовое	1 050,3	2,3
Кукуруза	935,6	2,0
Жмых и шрот соевые	900,8	2,0

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Экстракты непищевые, природные смолы	867,0	1,9
Прочие продукты	17 258,5	37,5
Итого	46 048,0	100,0

Источник: ITC Trade Map

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Масло пальмовое	9 568,5	33,1
Масло соевое	4 750,9	16,4
Масло подсолнечное	2 433,6	8,4
Орехи кешью	1 150,5	4,0
Миндаль	978,4	3,4
Фасоль	881,7	3,0
Чечевица сушеная	525,8	1,8
Голубиный горох сушеный	514,1	1,8
Соевые бобы	488,4	1,7
Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	473,1	1,6
Прочие продукты	7 174,0	24,8
Итого	28 939,0	100,0

Источник: ITC Trade Map

1.2. Политические тенденции

Индия является демократической парламентской республикой. Главой государства выступает президент. Властные полномочия сосредоточены у правительства (Объединенного совета министров Индии) во главе с премьер-министром³, пост которого с 2014 г. занимает Нарендра Моди. Объединенный совет министров Индии осуществляет исполнительную власть и формируется парламентским большинством.

Высший законодательный орган Индии — парламент (Сансад) — состоит из верхней палаты (Совета штатов) и нижней палаты (Народной палаты), что отражает федеративную структуру государства, представляющую собой союз штатов, в каждом из которых есть свое правительство. Независимую судебную власть представляет Верховный суд, разрешающий споры между штатами и центральным правительством, а также контролирующий конституционность законов.

Многopартийная система основана на конкуренции альянсов — Национального демократического и Объединенного прогрессивного. При этом в ходе выборов нередко формируются предвыборные союзы на уровне штатов группой местных партийных элит. Большую роль в политике Индии играет династичность⁴, отражающая высокий уровень социального неравенства и слабые социальные лифты, характерные для сохраняющегося в стране кастового общества⁵.

Оценка рисков

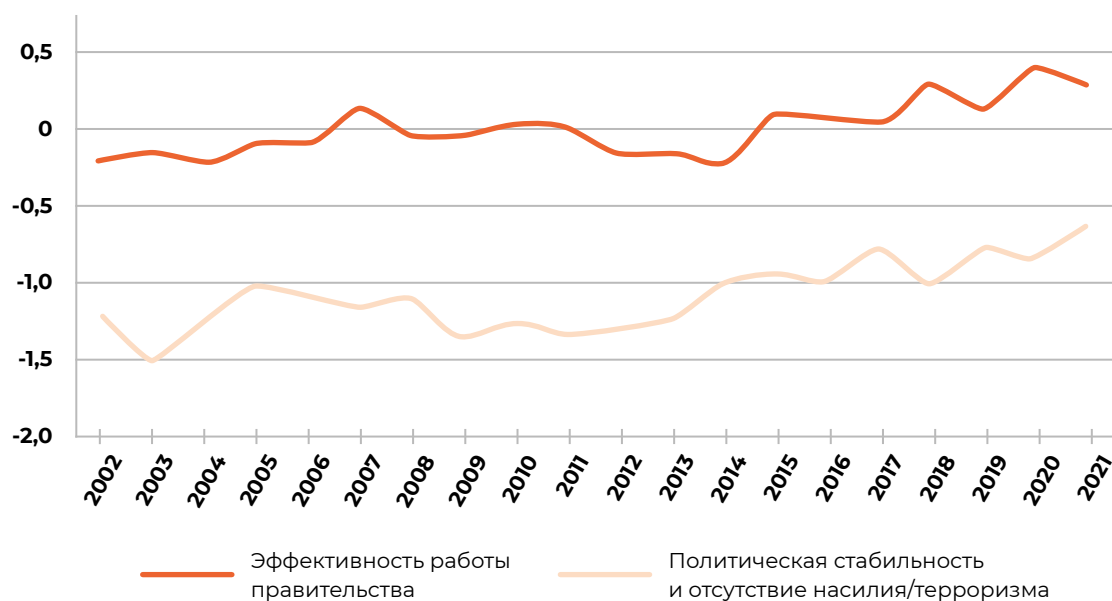
В последние годы, с учетом укрепления позиций нынешнего премьер-министра страны Моди, внутривластная ситуация в Индии достаточно стабильна. При этом протестная активность все же присутствует, но удерживается в рамках вопросов социально-экономического характера, включая сокращение сроков службы в армии, системы сбыта продукции сельскохозяйственных производителей и религиозные противоречия, на которые следует обращать внимание бизнесу в отдельных регионах. Также остаются актуальными риски приграничных конфликтов из-за территориальных споров с соседними государствами.

³ <https://legislative.gov.in/constitution-of-india>

⁴ Зайцев А. А. Деятельность политической династии Неру-Ганди в современной индийской англоязычной историографии // Genesis: исторические исследования. – 2022. – № 7.

⁵ Юрлова Е. С. Роль каст в современной Индии // Азия и Африка сегодня. – 2018. – №. 4. – С. 10–17.

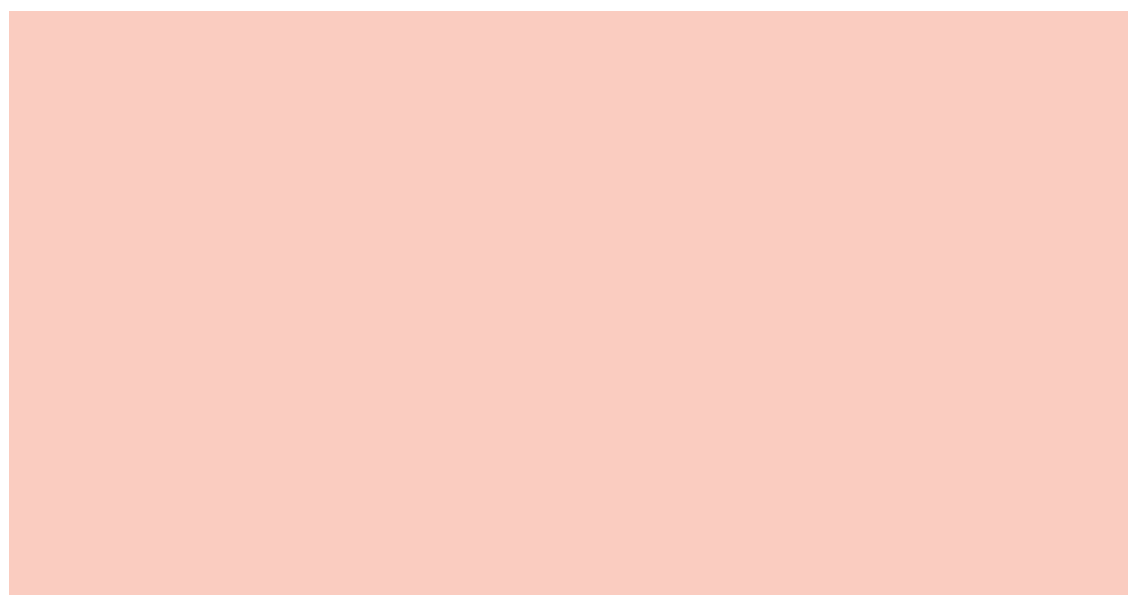
Рис. 6. Основные показатели эффективности государственного управления в Индии



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators).

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

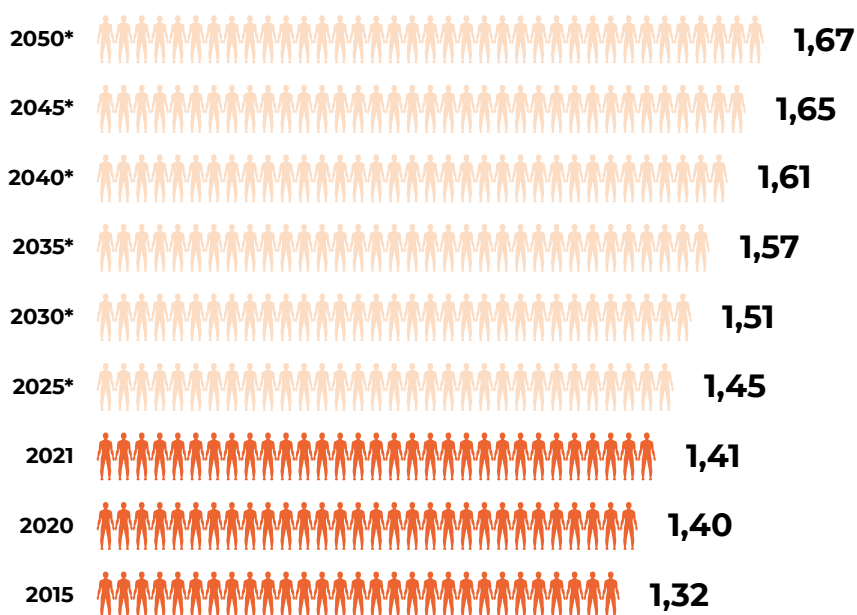
Показатели эффективности государственного управления в Индии свидетельствуют о постепенном повышении политической стабильности и эффективности работы правительства после прихода к власти премьер-министра Моди.



1.3. Демографические тенденции

В 2021 г. Индия насчитывала 1,41 млрд человек, что составляет 17,8% всех жителей Земли. При этом около 35% граждан проживает в городах. В Индии сохраняется положительная динамика прироста населения — 1,0% (2015–2021 гг.) и 0,6% (2021–2050 гг.). Ожидается, что к 2050 г. общая численность достигнет практически 1,7 млрд человек.

Рис. 7. Общая численность населения Индии, прогноз до 2050 г., млрд человек



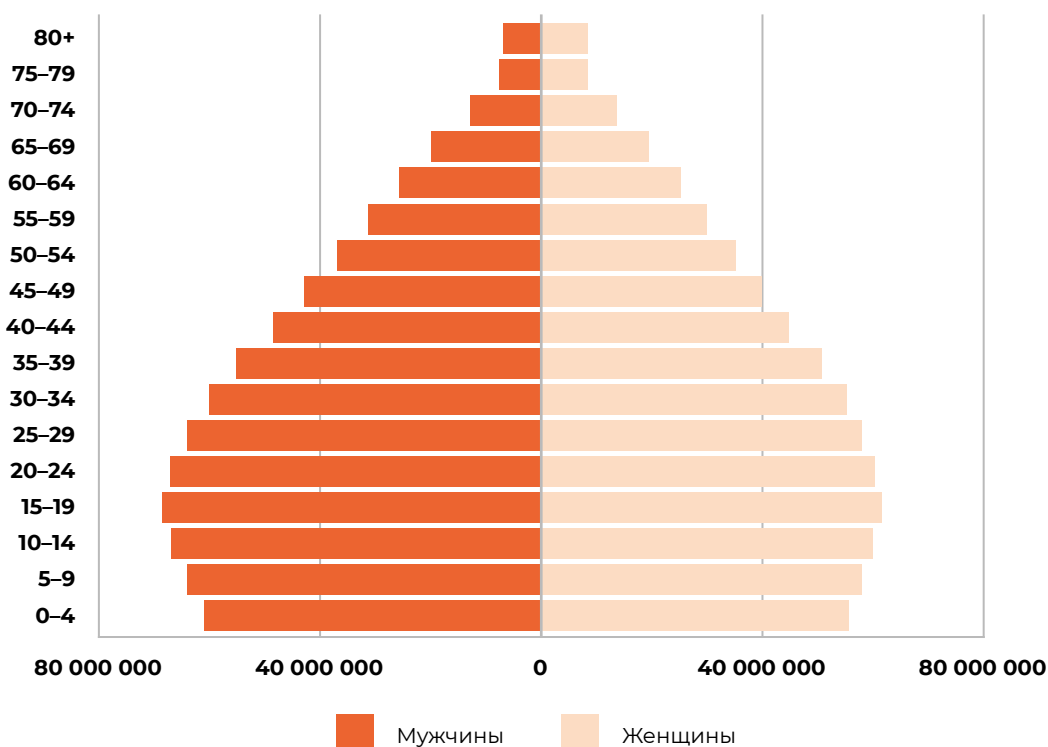
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

По данным за 2021 г. 64% населения находится в трудоспособном возрасте и практически 44% моложе 25 лет, что станет драйвером развития потребительского рынка. При этом наиболее острой проблемой для Индии остается существенное социально-экономическое неравенство.



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



Источник: ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Индия — одна из крупнейших стран Азии, которая в 2023 г. стала мировым лидером по численности населения. Ее внутренний рынок становится все более перспективным для поставщиков продовольствия. Одновременно Индия является бедной страной с небольшой долей среднего класса. В частности, существуют региональные различия в уровне благосостояния, которые будущим экспортерам следует изучить наряду с тенденциями и особенностями локальных рынков.

Индекс потребительского доверия приобрел положительную динамику, хотя на допандемийный уровень пока не вернулся. Это связано с такими факторами, как рост инфляции из-за ослабления индийской рупии и опасения повторных вспышек COVID-19. Стоит отметить, что индекс потребительского доверия стал падать с 2015 г. под влиянием некоторых реформ, включая решение о выводе из оборота банкнот крупного номинала (500 и 1 000 рупий) в 2016 г. и введение единого налога на товары и услуги в 2017 г. К ним добавились последствия пандемии COVID-19 в 2020 г.

Самый низкий уровень доверия был зафиксирован в середине 2021 г., когда в Индии распространился дельта-вариант COVID-19. По данным Резервного банка Индии, в этот же период снизились расходы домохозяйств из-за опасений ухудшения финансового положения и сокращения возможностей трудоустройства. Начиная с середины 2022 г. уровень потребительского доверия постепенно восстанавливается.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Индии

- В последнее время в Индии наблюдается активное развитие розничной торговли и индустрии гостеприимства, что связано с увеличением туристического потока, открытостью потребителей к международной кухне и повышенным интересом к новым продуктам питания. Причем международные сети общественного питания активно расширяют свое присутствие на территории страны.
- Растет урбанизация и увеличивается доля молодого трудоспособного населения, которое проявляет интерес к западному образу жизни и открыто к импортным продуктам питания.
- Около 35% населения Индии остаются вегетарианцами, что формирует спрос на свежие овощи, фрукты и бобовые, а также заменители мясной и молочной продукции на растительной основе. Кроме того, на территории Индии проживает множество мусульман, не употребляющих свинину и приобретающих халяльную продукцию.
- Рост популярности упакованных продуктов быстрого приготовления и готовых продуктов питания, особенно среди молодой части населения страны. Постепенная диверсификация моделей потребления.
- Рост спроса на импортные продукты и ингредиенты для дальнейшей переработки на территории Индии.
- Быстрое развитие электронной торговли, сервисов по доставке продуктов и готовых блюд.
- Реклама и продвижение продукции в Индии хорошо развиты. Набирают популярность ТВ-каналы о еде, кулинарные шоу, которые знакомят с разнообразием кухонь мира и международных блюд, стимулируя спрос на импортные продукты питания. Поскольку молодое и городское население более активно пользуется интернетом, социальные сети становятся эффективным инструментом продвижения продукции на рынке Индии.
- Местные потребители предпочитают небольшие размеры упаковок. Из-за проблем с холодильными мощностями и электричеством большинство упакованных продуктов питания, продается в небольших контейнерах и потребляется сразу.

- Относительно недавно индийские потребители покупали определенные продукты (кондитерские изделия, рыбу, орехи, свежие фрукты и др.) только осенью или в праздничные сезоны. Теперь эти продукты питания входят в ежедневный рацион и приобретаются на протяжении всего года.

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



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *прогноз.

Ожидается, что политика правительства страны будет по-прежнему сосредоточена на восстановлении экономики после пандемии, решении проблемы растущей безработицы, повышении производительности труда за счет увеличения государственных инвестиций и капитальных расходов. Меры, заложенные в бюджете на 2022/2023 финансовый год, касаются прежде всего инвестиций в инфраструктуру и укрепления цифровой экономики. В то же время лишь небольшая доля средств будет направлена на нужды социального обеспечения и развития сельской экономики.

Сильно зависящая от импорта нефти, удобрений и растительных масел, Индия пострадала от произошедших в 2022 г. макроэкономических шоков. В целом прогнозируется, что с 2019 по 2029 г. экономика Индии будет расти значительно более медленными темпами, чем в предыдущее десятилетие. Экономические последствия пандемии в перспективе сохранят негативное влияние на развитие экономики страны.

Обзор рынка



Содержание



2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Производство

Производство мяса птицы (бройлеров) является одним из стремительно растущих сегментов аграрной экономики. На сегодняшний день страна входит в число крупнейших производителей данного вида продукции.

В Индии развитие птицеводства можно объяснить такими факторами, как:

- появлением вертикально интегрированных производителей мяса птицы, которые предлагают продукцию по более низким ценам за счет сокращения издержек на производство и сбыт;
- переход рынка с торговли живой птицей на реализацию охлажденной и замороженной продукции.

Существенная часть производства приходится на долю небольших предприятий, однако в последние десятилетия активно развивается вертикально интегрированное производство, что способствует увеличению объемов выпуска продукции. Однако высокие цены на корма не позволяют полностью реализовать производственный потенциал страны.

Правительство стимулирует местное производство мяса птицы, в том числе путем протекционистских мер. Ввозные пошлины достигают 100% на части кур и 30% на целую тушку, тушки индеек и частей индеек. Нежелание правительства открывать местный рынок для импортного мяса птицы также связано с мерами профилактики птичьего гриппа, поскольку ранее Индия осуществляла импорт из стран, где заболевание активно распространялось. Многие страны, включая США и Бразилию, активно призывают к снятию ограничений ввиду высокой привлекательности индийского рынка для потенциальных экспортеров. В частности, в 2016 г. Индии пришлось разрешить поставки американской продукции по решению Всемирной торговой организации. Несмотря на это, импорт мяса птицы в Индию остается незначительным и зарубежная продукция составляет малую часть потребления.

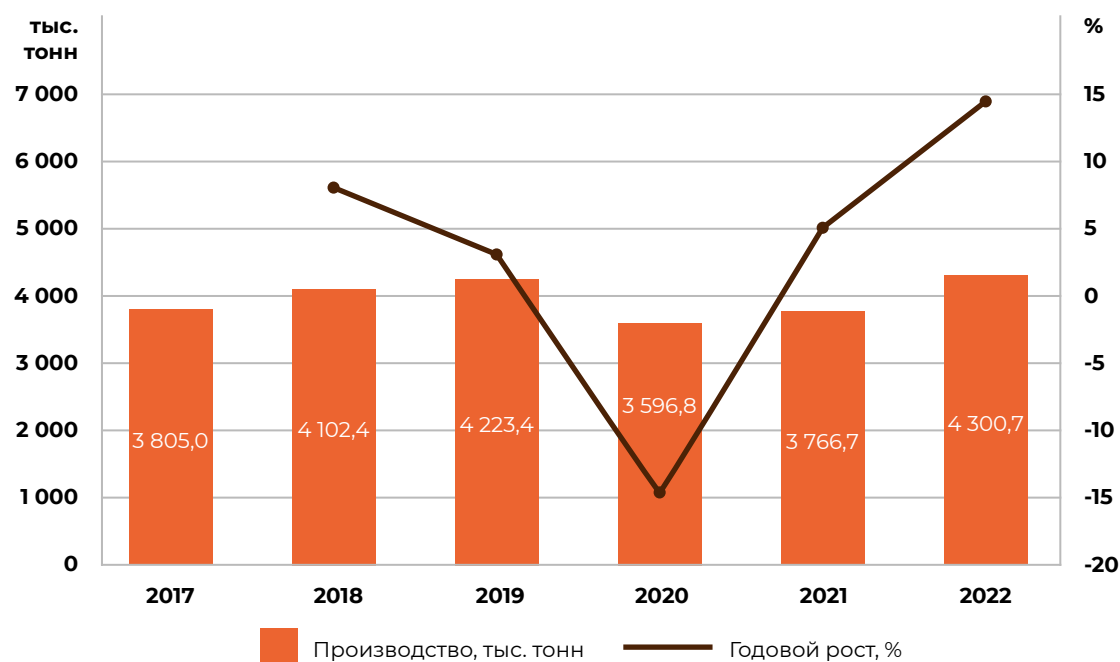
Последние годы были непростыми для птицеводческого сектора Индии, особенно на фоне слухов о заражении COVID-19 через мясо птицы. В результате цены на продукцию резко снизились и ее производство в 2020 г. значительно сократилось. Сильнее всего пострадали небольшие фермерские предприятия, которые лишились большей части доходов.

Карантинные ограничения нарушили логистические цепочки. Сократились не только поставки за рубеж ввиду закрытия ключевых портов, но и внутреннее производство. Многие перерабатывающие предприятия приостановили работу, чтобы не подвергать сотрудников риску заражения. Вводимые ограничения не всегда должным образом разъяснялись, что затрудняло планирование производства. Также случались перебои в поставках ретейлерам, что, в свою очередь, негативно повлияло на объемы потребления.

Карантинные ограничения в Индии, как и во всем мире, затронули сектор общественного питания. Кафе и рестораны входят в число мест с наибольшим риском заражения, поэтому их закрытие стало одной из первых мер по борьбе с пандемией. Многие заведения лишились возможности получения прибыли для ведения бизнеса и были вынуждены окончательно прекратить деятельность.

Несмотря на это, объем производства мяса птицы в Индии в 2021 г. вырос до 3 766,7 тыс. тонн., а по предварительным оценкам в 2022 г. местное производство мяса птицы продолжит увеличиваться и достигнет показателя в 4 300,7 тыс. тонн.

Рис. 10. Производство мяса птицы в Индии, 2017–2022 гг.



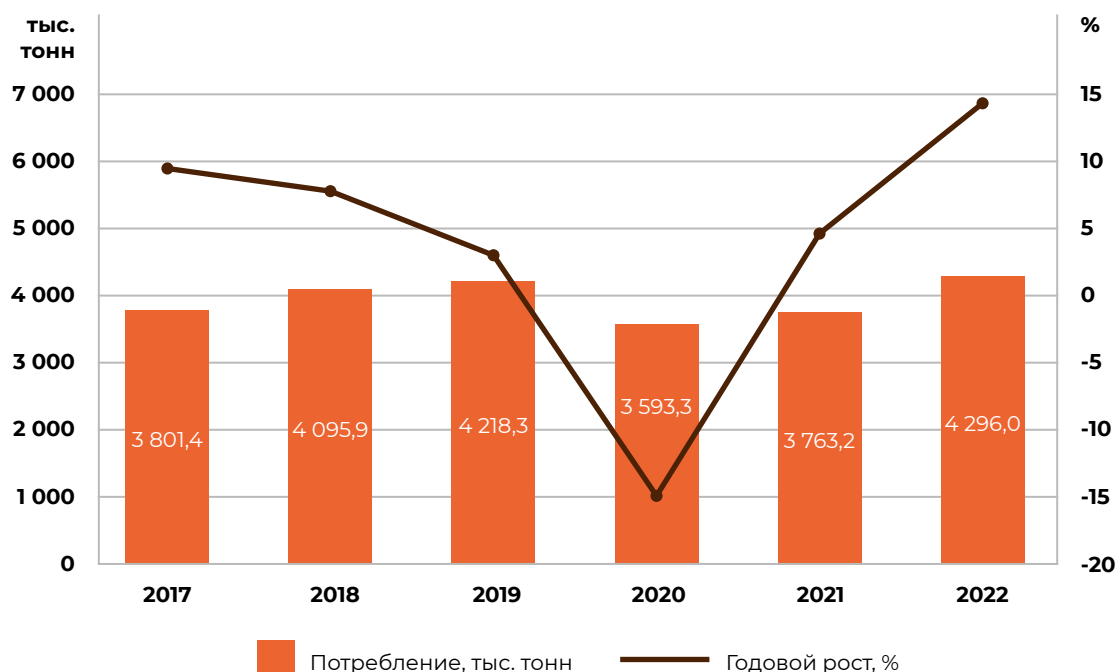
Источник: ОЭСР

По данным Euromonitor International, в 2021 г. на пять крупнейших предприятий пришлось 77% произведенного мяса птицы в Индии. На первом месте — производитель молочной и птицеводческой продукции Godrej Group с долей 27% в 2021 г. Далее идет производитель широкого ассортимента (от мяса и яиц до кормов, лекарств и вакцин) Venky's India Ltd с долей 25%. Производитель замороженной продукции Darshan Foods Pvt Ltd занимает 11% рынка. По 2% приходится на Innovative Foods Ltd и Suguna Poultry Products Ltd.

Потребление

В 2021 г. потребление мяса птицы в Индии составило 3 763 тыс. тонн, что на 4,7% выше, чем в 2020 г. Данный показатель стабильно растет, за исключением 2020 г., когда спрос на мясо птицы резко упал из-за распространявшихся слухов о высоком риске передачи через него вируса COVID-19. В 2022 г. потребление выросло на 14,2% и составило 4 296 тыс. тонн. Популярность мяса птицы постепенно растет среди индийских потребителей. Из основных факторов изменения культуры питания следует выделить быстрые темпы урбанизации, а также рост доходов населения, что в совокупности ведет к постепенному отказу населения от вегетарианства⁶.

Рис. 11. Потребление мяса птицы в Индии, 2017–2022 гг.

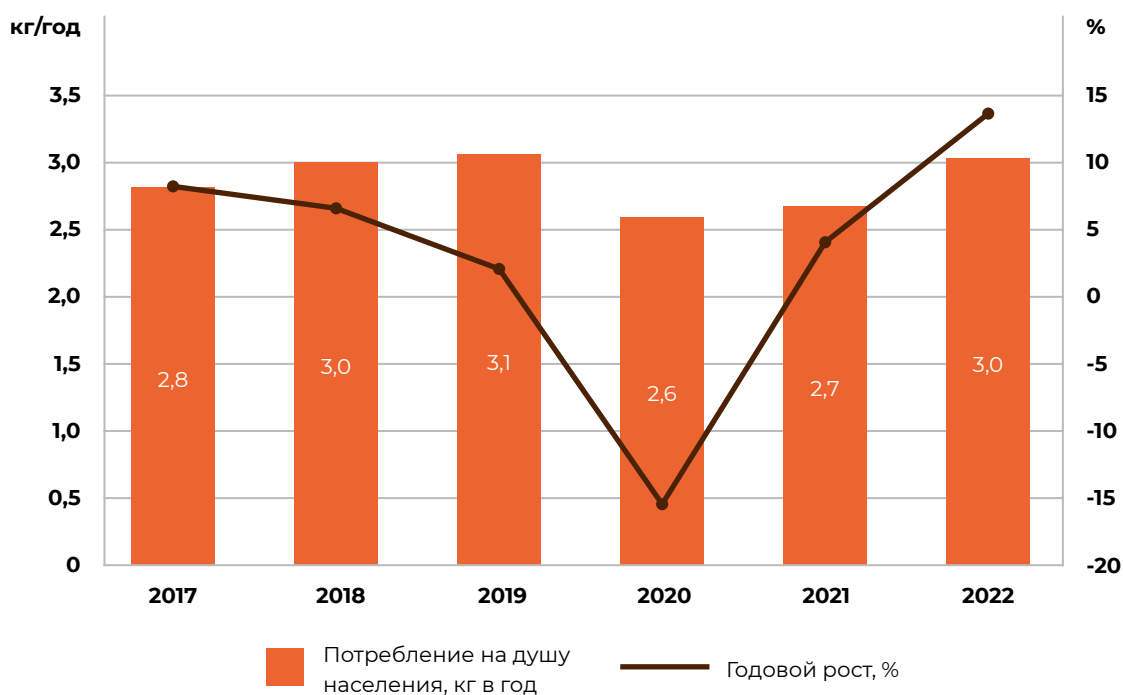


Источник: ОЭСР

⁶ <https://www.imarcgroup.com/indian-poultry-market>

Индия почти не импортирует мясо птицы, поэтому в структуре потребления преобладают продукты местного производства. Это сдерживает рост потребления мяса птицы на душу населения, несмотря на очевидный интерес к данному виду продукции. Среднедушевое потребление мяса птицы в Индии в 2021 г. увеличилось на 3,8% до 2,7 кг, в 2022 г. рост продолжился (на 13,4% к 2021 г.), потребление составило 3 кг.

Рис. 12. Потребление мяса птицы на душу населения в Индии, 2017–2022 гг.



Источник: ОЭСР

В структуре потребления мяса птицы по каналам реализации в 2021 г. 85% приходилось на розничную торговлю и 14% — на сектор общественного питания. В натуральном выражении соответствующие показатели составили 3 202,5 тыс. тонн и 523,1 тыс. тонн. В 2022 г. увеличение объемов для розничной торговли оценивалось в 3 626,5 тыс. тонн и сектора общественного питания — 625,1 тыс. тонн.

Рис. 13. Потребление мяса птицы по каналам реализации, 2017–2022 гг.



Источник: Euromonitor International (Passport)

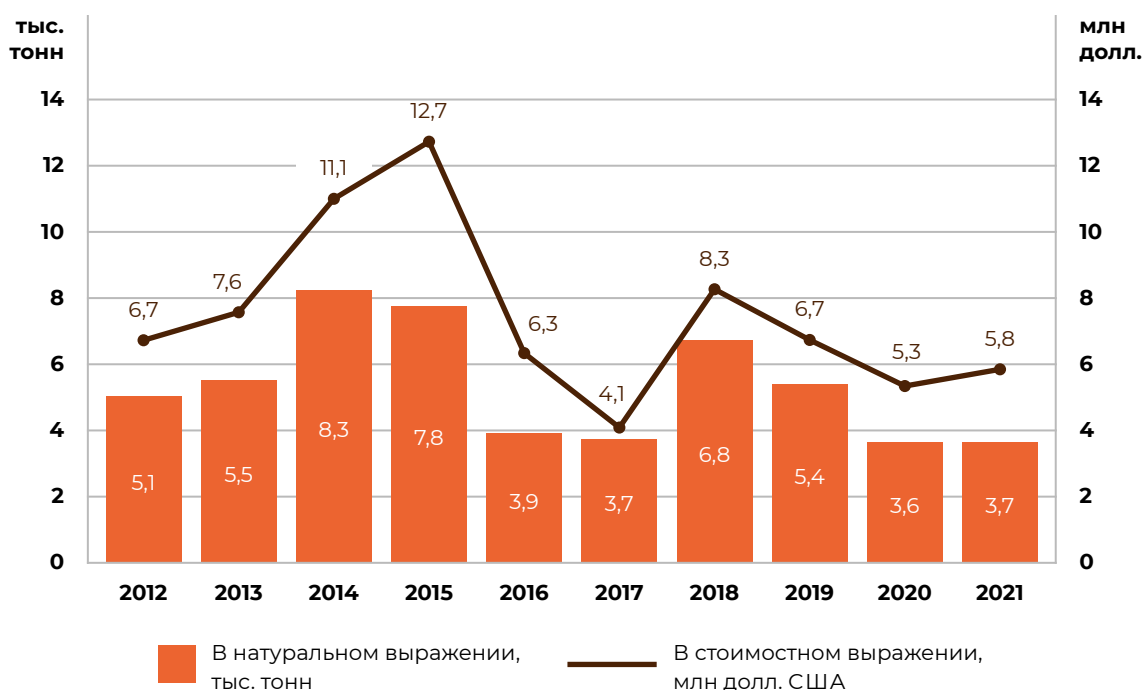
Экспорт и импорт

Экспорт

Несмотря на большие объемы производства, Индия экспортирует ограниченные объемы мяса птицы. В 2012–2021 гг. данный показатель был крайне нестабильным. Пик пришелся на 2014 г., когда страна экспортировала 8,3 тыс. тонн продукции общей стоимостью 11,1 млн долл. США. В 2021 г. экспорт составил 3,7 тыс. тонн (5,8 млн долл. США). Основными импортерами мяса птицы из Индии стали Бутан и Малайзия.



Рис. 14. Экспорт мяса птицы Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В структуре экспорта преобладают тушки домашних кур, на которые в 2021 г. пришлось 55,1% от общего объема поставок в натуральном выражении и 66,4% в стоимостном. Также Индия экспортирует части тушек и субпродукты кур, части тушек и субпродукты индейки. На эти виды продукции пришлось соответственно 36,6% и 8,3% в натуральном выражении и 24,1% и 9,5% — в стоимостном.



Табл. 3. Структура экспорта мяса птицы Индии по ассортименту в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Тушки домашних кур	3,2	4,1	5,3	6,6	3,0	2,0	2,6	2,3	1,9	2,0	55,1
Части тушек и субпродукты кур	0,9	1,3	2,9	1,0	0,9	1,7	4,2	2,8	1,2	1,3	36,6
Части тушек и субпродукты индейки	0,3	0,01	—	0,1	—	0,03	—	0,3	0,5	0,3	8,3
Части тушек и субпродукты уток и гусей	0,8	0,1	0,03	0,2	0,04	0,1	0,03	0,0002	0,001	0,0002	0,0
Итого	5,1	5,5	8,3	7,8	3,9	3,7	6,8	5,4	3,6	3,7	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Табл. 4. Структура экспорта мяса птицы Индии по ассортименту в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Тушки домашних кур	4,9	6,4	8,8	11,4	5,2	2,7	4,6	4,0	3,2	3,9	66,4
Части тушек и субпродукты кур	1,0	1,1	2,3	1,0	1,0	1,4	3,7	2,2	1,2	1,4	24,1
Части тушек и субпродукты индейки	0,2	0,03	—	0,1	—	0,1	—	0,5	1,0	0,6	9,5
Части тушек и субпродукты уток и гусей	0,6	0,1	0,02	0,2	0,1	0,04	0,02	0,0007	0,002	0,0005	0,0
Итого	6,7	7,6	11,1	12,7	6,3	4,1	8,3	6,7	5,3	5,8	100,0

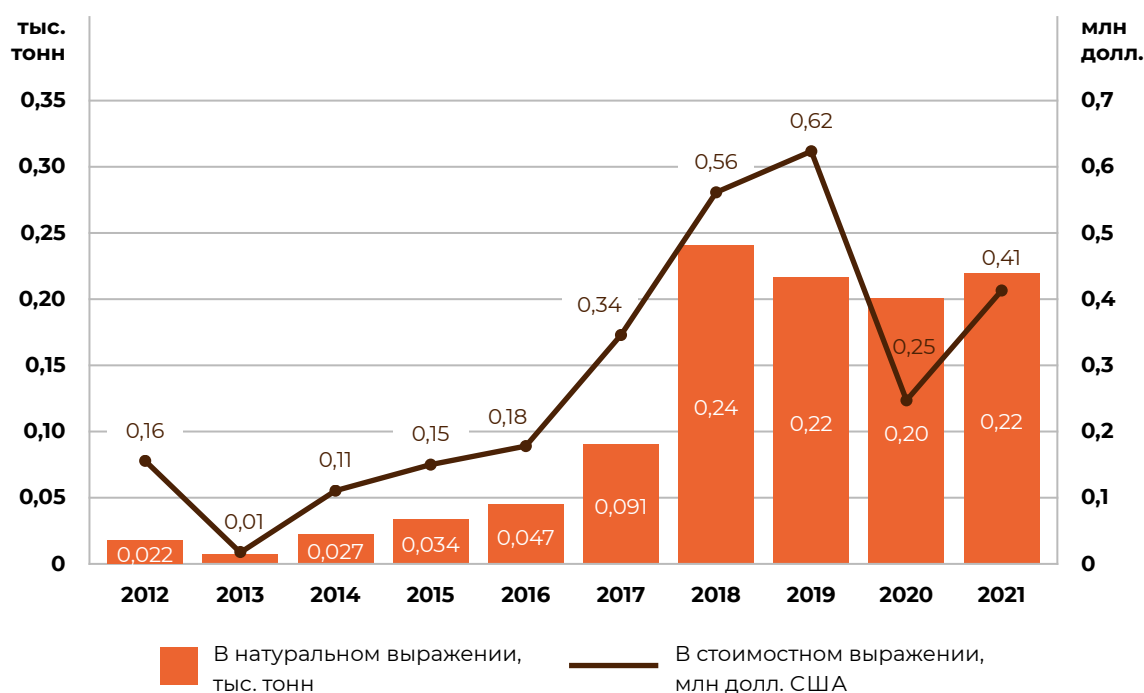
Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Импорт

Индия почти не импортирует мясо птицы, что связано с протекционистскими мерами со стороны государства и, как следствие, нежеланием зарубежных экспортеров поставлять продукцию на индийский рынок из-за крайне высоких ввозных пошлин. Так, в 2021 г. поставки составили лишь 0,2 тыс. тонн мяса птицы на 0,4 млн долл. США.

Рис. 15. Импорт мяса птицы Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Импорт осуществлялся из Бразилии, Таиланда, США и Малайзии. На долю Бразилии пришлось 64,2% от общего объема поставок в натуральном выражении и 29,4% в стоимостном, на Таиланд — 15,5% и 28,2% соответственно, на США — 11,6% и 26,5%, на Малайзию — 8,6% и 16,0%.

Средняя цена импорта мяса птицы в 2021 г. составляла 1 882 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из США, по цене в два раза выше средней. Наиболее низкими были цены на мясо птицы из Бразилии.

Табл. 5. Основные страны – экспортеры мяса птицы в Индию, 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Бразилия	29,4	<ul style="list-style-type: none"> • Бразилия, крупнейший экспортер мяса птицы в мире, в 2022 г. экспортировала 4,4 млн тонн на сумму 8,9 млрд долл. США. • Основным поставщиком мяса птицы из Бразилии является компания Seara Meats, осуществляющая поставки куриной тушки
2	Таиланд	28,2	<ul style="list-style-type: none"> • Таиланд в основном специализируется на поставках утиного мяса и субпродуктов. Большая часть поставок приходится на тушку и печень утиную
3	США	26,5	<ul style="list-style-type: none"> • США являются крупнейшим производителем мяса птицы в мире и имеют устойчивую репутацию надежного и опытного поставщика пищевых продуктов. • США занимают второе место в мировом экспорте мяса птицы. В 2022 г. США поставили на внешние рынки 3,9 млн тонн мяса птицы на сумму 5,4 млрд долл. США
4	Малайзия	16,0	<ul style="list-style-type: none"> • С 23 мая 2022 г. в Малайзии введен запрет на экспорт мяса птицы, однако планируется постепенное снятие ограничений. • В 2021 г. Малайзия экспортировала 15,4 тыс. тонн мяса птицы на 19,6 млн долл. США. За 10 лет экспорт в натуральном выражении вырос почти вдвое

Источник: ITC Trade Map, оценки отраслевых экспертов

2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Потребительские предпочтения относительно мяса птицы имеют ярко выраженную зависимость от этнической принадлежности. В Индии сосуществует невероятное множество культур с разными традициями потребления. Здесь насчитывается более двух тысяч этнических групп, большая часть из которых принадлежит к индоевропейцам и дравидам. В стране проживают последователи всех основных мировых религий. В некоторых штатах (Уттар-Прадеш, Бихар, Западная Бенгалия) имеются крупные мусульманские общины. В двух штатах (Джамму и Кашмир, Лакшадвип) население состоит в основном из мусульман.

Большинство жителей страны исповедует индуизм и придерживается принципа ненасилия — ахимсы. В связи с этим продукты из мяса нехарактерны для преимущественно вегетарианской Индии с одними из наиболее низких объемов его потребления на душу населения: 4,4 кг в год против 33,2 кг в среднем по миру. Около 30% взрослого населения не употребляют мясо совсем. В различных религиозных конфессиях, распространенных в Индии, существуют свои пищевые запреты. Мусульмане не употребляют свинину. Приверженцы индуизма, джайнизма и зороастризма, где корова является священным животным, не могут есть говядину. Это существенным образом ограничивает развитие в Индии рынков потенциальных субститутов мяса птицы.

В традиционной индийской кухне среди продуктов из мяса в наибольшей степени представлены блюда из курицы:

- курица тикка масала: кусочки мяса в густом соусе на основе йогурта со специями;
- мург-махани: курица с томатами и махани (соусом из сливочного масла);
- курица тандури: приготовленное в печи тандури мясо птицы со специями;
- алу гошт: густой суп с мясом и картофелем.

Особенностью индийской кухни является широкое использование густых и острых соусов карри, с которыми подается большая часть блюд из мяса. Во многих рецептах вместо мяса птицы допустимо использование баранины или козлятины, потребление говядины и свинины для значительной доли населения ограничено религиозными запретами.

Тенденции в потреблении

При повышении уровня благосостояния населения и определенной вестернизации потребительских паттернов рынок мяса в Индии стабильно рос на протяжении последних лет. Основным драйвером было увеличение объемов потребления мяса птицы, наиболее популярного в стране. Среди мяса птицы в наибольшей степени распространена курятина, в то же время потребление мяса утки и индейки остается незначительным.

Рост рынка мяса в 2020 г. приостановился из-за пандемии COVID-19. Помимо проблем с логистикой и негативной динамики потребительских предпочтений, резкое сокращение потребления мяса птицы в Индии было обусловлено распространением слухов о том, что курица является переносчиком вируса. Однако по мере возобновления роста экономики и завершения локдаунов спрос на мясо птицы начал восстанавливаться и практически достиг допандемийного уровня.

Высокие темпы экономического развития привели к повышению доходов населения и формированию среднего класса, лучше знакомого с западной кухней и предъявляющего больший спрос на продукцию животного происхождения. При этом для более обеспеченных групп населения в Индии характерны разнонаправленные тенденции: рост потребления мяса в связи с повышающимся благосостоянием и возвращение к вегетарианству потребителей, активно заботящихся о своем здоровье.

Трансформация образа жизни и распространение западных стандартов делают приготовление еды дома все менее популярным среди индийской молодежи. В Индии происходит быстрое укоренение западных традиций питания и популяризация фастфуда, в котором активно используется куриное мясо. Ожидается увеличение спроса на упакованные и замороженные товары из мяса птицы, а также на готовые блюда и полуфабрикаты. Все больше людей сможет позволить себе питаться мясом на постоянной основе.

Среди состоятельных жителей Индии в среднесрочной перспективе серьезных изменений в структуре потребления мясных продуктов не ожидается: курятина и индюшатина останутся наиболее популярными видами мяса для ресторанов и отелей.

С другой стороны, в группах с высоким уровнем благосостояния наблюдается тренд на здоровый образ жизни, растет популярность вегетарианской диеты. Тем не менее в среднесрочной перспективе это не станет фактором, ограничивающим рост объемов потребления мяса птицы.

В целом в период до 2026 г. на рынке мяса птицы в Индии эксперты прогнозируют среднегодовой темп роста около 4,9%, в том числе для розничных продаж — на уровне 4,1%.

Товары-субституты

Значительная часть жителей Индии является вегетарианцами, многие не имеют возможности употреблять мясо регулярно. Поэтому значимыми для населения источниками белка являются бобы, орехи, овощи. В частности, традиционным национальным блюдом является суп-пюре дал из бобовых. Помимо них в качестве замены мясу широко используется джекфрут (индийское хлебное дерево). Также при приготовлении карри, бирьяни, масалы и других блюд могут использоваться тофу, грибы и сыр панир. По мере роста уровня благосостояния в Индии ожидается замещение растительных белков животными.

Развитая вегетарианская культура в Индии обуславливает не только широкую распространенность субститутов мяса в традиционных блюдах, но и большие перспективы развития сектора альтернативной мясной продукции. Например, компании GoodDot, Imagine Meats и Wakaо предлагают готовую продукцию из растительных белков по доступным для представителей среднего класса ценам. В ближайшие годы рынок мяса на растительной основе в Индии продолжит расти высокими темпами. Ожидается, что за пять лет прирост составит почти 27,8%.

Среди животных источников белка помимо мяса птицы в Индии широко распространены рыба и морепродукты, баранина, козлятина. В кухнях народов прибрежных штатов (Одиша, Махараштра, Западная Бенгалия и др.) популярны блюда из рыбы. По мере вестернизации роль религии и традиций в жизни общества постепенно снижается. Это открывает перспективы для увеличения объемов потребления говядины и свинины в некоторых штатах. Одним из возможных направлений расширения рынка мясной продукции могут стать сети общественного питания, набирающие популярность в Индии, особенно в тех регионах, где нет законодательного запрета на убой скота. Ожидается, что к 2026 г. потребление в Индии баранины и говядины вырастет на 28,7%, а свинины — на 15,7%.

2.3. Торгово-распределительная сеть

С учетом текущих объемов потребления Индия практически полностью обеспечивает себя мясом птицы. Местные птицеводческие комплексы помимо сбыта целых и разделанных тушек занимаются также реализацией цыплят, кормов и лекарственных препаратов для птиц подсобным и мелкотоварным хозяйствам. Для импорта продуктов с высоким уровнем пищевого риска, к которым относится сырое мясо, в Индии авторизовано 79 точек ввоза, большая часть из которых расположена в морских портах Мумбаи и Ченнаи. Ограниченные мощности для хранения замороженной продукции и низкий платежеспособный спрос лимитируют возможности сбыта импортного мяса.

Около двух третей населения Индии проживает в сельской местности. Из-за низкого уровня доходов и значимой роли вегетарианства в индийских религиях объемы потребления мяса там сравнительно невелики. Значительная часть птицы содержится в домашних хозяйствах и забивается непосредственно перед употреблением, так как возможности длительного хранения мяса ограничены. На города приходится 75–80% общего объема потребления мяса птицы.

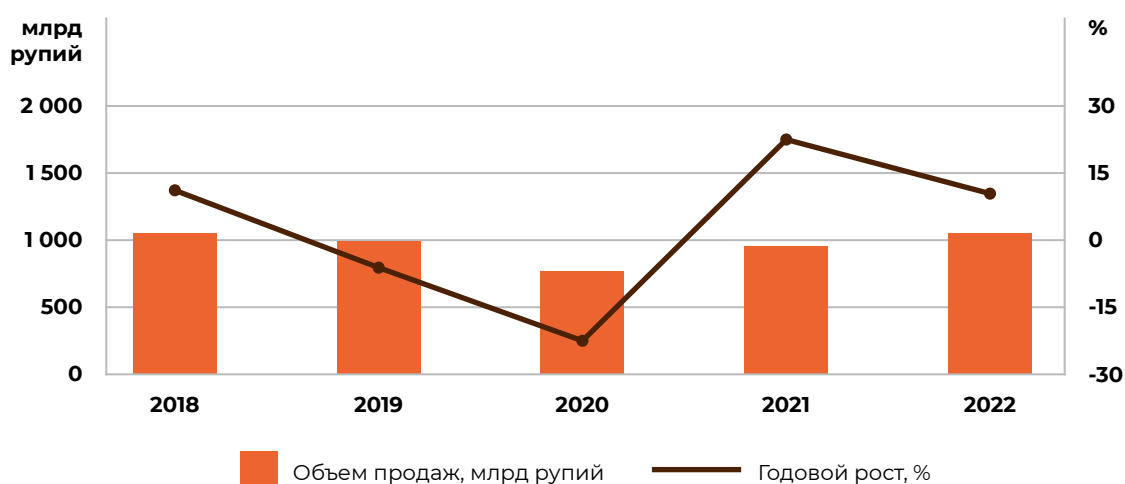
Основным каналом реализации мяса птицы является розничная торговля — более 84% всех продаж по итогам 2022 г. В ассортименте преобладают целые тушки, на которые приходится около 75% продаж мяса птицы. На сектор общественного питания приходится почти 15% потребления.

Электронная коммерция занимает около 1% рынка и является динамически развивающимся каналом сбыта мяса птицы в Индии. Продажи через интернет стали особенно популярны в период пандемии. После снятия ковидных ограничений рост замедлился. Однако, доля электронной торговли на рынке мяса птицы остается крайне незначительной.

Розничная торговля

Розничные продажи в 2022 г. составили 1 051 млрд рупий (12,9 млрд долл. США), демонстрируя на протяжении последних лет восстановительный рост в среднем на 17% ежегодно. В первые месяцы 2020 г. на фоне карантина и слухов о передаче коронавируса через мясо птицы объем продаж сократился на 28% по сравнению с годом ранее. Допандемийные уровни были достигнуты лишь в 2022 г.

Рис. 16. Розничные продажи мяса птицы в Индии, 2018–2022 гг.



Источник: Euromonitor International

Примечание. Рассчитано по курсу: 1 долл. США = 81,64 индийских рупии.

Традиционная продуктовая розница

Значительная часть торговли мясом происходит на рынках, где крупные и средние производители и дистрибьюторы реализуют промышленное мясо птицы, а небольшие частные хозяйства — подворный скот и птицу, как в живом виде, так и в виде свежего мяса (забой могут производить прямо на рынке). Крупнейший по объемам торговли мясом птицы рынок Газипур расположен в Восточном Дели. На нем помимо розницы также базируются оптовые дистрибьюторы, поставляющие продукцию по всей стране. На рынке Кроуфорд в Мумбаи также ведется активная реализация мяса птицы, хотя и в меньших масштабах.

Популярным форматом розничной торговли являются магазины «кирана» (небольшие семейные компании, предлагающие базовый набор продуктов и непродовольственных товаров). Многие из них не имеют постоянного доступа к электроэнергии, что ограничивает возможности сбыта замороженного мяса. В этих магазинах распространена практика продажи живой птицы, убой и разделку которой осуществляют сразу после оплаты. Примерно 5% мяса птицы реализуется через розничные каналы, интегрированные с крупнейшими производителями (фирменные магазины от производств и розничные сети, входящие в состав производящих мясо птицы холдингов). Остальная продукция продается на рынках, в магазинах «у дома» и торговых сетях.

Розничные сети

Крупный бизнес в секторе розничной торговли представлен как торговыми сетями, так и крупными продуктовыми магазинами в торговых центрах. Организованная розничная торговля распространена в больших городах и ориентирована на группы населения с более высоким уровнем благосостояния.

В число крупнейших торговых центров Индии входят:

- **Sarath City Capital Mall** — крупнейший по площади торговый центр в Индии, открывшийся в 2018 г. в Хайдерабаде. Одним из якорных продуктовых магазинов в торговом центре является Spar Hypermarket.
- **Lulu Mall** — торговое подразделение конгломерата LuLu Group, основанного в ОАЭ предпринимателем индийского происхождения. Сеть представлена более чем 200 торговыми центрами в странах Персидского залива. В Индии торговые центры Lulu расположены в четырех городах: Бангалоре, Лакхнау, Кочине, Тривандраме.
- **Ambience Mall** — в состав компании входят два торговых центра в Гургаоне и Нью-Дели. Якорные продуктовые магазины в них отсутствуют, но в зоне фудкортв представлен широкий спектр заведений общественного питания: рестораны, сети фастфуда, кафе с кухней разных народов Индии.

Ассортимент, цены и особенности упаковки

Ожидается, что цены на мясо в Индии в 2023 г. будут расти из-за повышения спроса на данный вид продукции и стоимости кормов. В Индии птица чаще продается целиком, а не частями, поэтому цена обычно указывается за 1 кг. Домашнее мясо птицы обычно предлагается без упаковки. Мясо птицы с птицефабрики упаковывается в пакеты, а также пленку. Отдельные части птицы и субпродукты, как правило, упаковываются в специальные лотки.

Уровень наценки в крупных розничных сетях составляет 20–25%. Мясо птицы с птицефабрики, соответственно, дешевле, чем домашнее.

Табл. 6. Средняя цена мяса птицы (в магазинах «кирана» и супермаркетах)

Вид мяса	Цена, долл. США/кг
Мясо птицы с птицефабрики (замороженное)	2,41
Домашнее мясо птицы	3,61–4,82

Примечание. Цена рассчитана по курсу: 1 индийская рупия = 0,012058 долл. США.

Цены на домашнее мясо птицы в магазинах «кирана» ниже уровня оптовых цен, поскольку владельцы магазинов, как правило, покупают живую птицу непосредственно у фермеров, минуя крупных оптовых продавцов. Компании, занимающиеся оптовыми продажами птицы, ориентируются на супермаркеты и гипермаркеты, а также на сектор HoReCa, где платежеспособный спрос гораздо выше, чем в сегменте небольших магазинов «кирана».

В Индии карри является самым популярным блюдом, поэтому в магазинах продается куриная нарезка для карри.

Ключевые игроки

- **Trent Limited** — конгломерат розничных сетей, входящий в состав Tata Group. Торговлей продуктами питания в его структуре занимаются STAR и Booker. Сеть супер- и гипермаркетов STAR представлена 48 магазинами в Мумбаи, Пуне, Колхатуре, Бангалоре и Хайдерабаде. В Махараштре расположены 8 мелкооптовых торговых центров Booker, ориентированных на поставки продуктов питания малому бизнесу.
- **Max Hypermarkets India** — компания управляет в 8 городах Индии 25 супермаркетами международной торговой сети SPAR.
- **More Retail** — одна из крупнейших сетей розничной торговли. Представлена более чем 40 гипермаркетами и 850 супермаркетами по всей стране.

- **DMart** — сеть супермаркетов, основанная в 2002 г. в Махараштре, принадлежит Avenue Supermarts Ltd. В состав сети входит более 300 супермаркетов, работающих в нескольких регионах Индии.
- **Reliance Retail** — компания владеет розничными магазинами различных форматов, таких как гипермаркеты Reliance Fresh и продуктовый онлайн-магазин Jio Mart. Наиболее популярная сеть для покупок мясной продукции. Недавно компания приобрела бизнес Future Retail с гипермаркетами Big Bazaar, гастрономическими магазинами Foodhall и магазинами шаговой доступности Easy Day. В них предлагается широкий ассортимент мясной продукции.
- **Spencer's Retail** — компания входит в RPG Group. Управляет сетью гипермаркетов и магазинов шаговой доступности Spencer's.
- **Nothing But Chicken** — сеть продовольственных магазинов, специализирующаяся на продаже мяса птицы, переработанной мясной продукции и готовых блюд. Представлена более чем 30 торговыми точками в Мумбаи и Пуне, осуществляет доставку в городах присутствия.

Оптовая торговля

Оптом в Индии возможно приобрести продукцию как сельскохозяйственных производителей, так и подсобных хозяйств. Мясо птицы, произведенное на птицефабриках, продается оптом в виде тушек и частей. Подсобные хозяйства зачастую реализуют живую птицу. В них широко распространены местные породы кур, менее продуктивные, однако считающиеся более предпочтительными для многих потребителей. В крупных городах Индии существуют рынки живой птицы, откуда владельцы локальных магазинов получают продукцию через посредников.

Ассортимент, цены и особенности упаковки

Значительная часть индийцев приобретает мясо птицы в неупакованном виде на рынках и у уличных торговцев. Многие потребители отдают предпочтение парному мясу, реализуемому непосредственно после убоя животного. Зачастую торговля им производится в открытых помещениях или непосредственно на улице, что приводит к загрязнению продукции пылью и насекомыми. При этом на упакованное мясо птицы приходится лишь 3,2% общего объема продаж. Это объясняется потребительскими предпочтениями: широко распространено приготовление еды дома, когда конечный потребитель сам занимается очисткой и разделкой мяса, экономя на упаковке и первичной переработке.

В оптовой торговле мясо птицы, как правило, реализуется в виде замороженных тушек. Распространенной практикой является продажа цыплят для выращивания в домашних хозяйствах. В оптовой торговле уровень наценки составляет 10–15%

Табл. 7. Средняя экспортная цена мяса птицы

Наименование	Происхождение	Цена, долл. США/кг
Живая птица	С птицефабрики	1,93
Замороженное мясо	С птицефабрики	3,01
Живая птица	Домашнее	9,65
Замороженное мясо	Домашнее	6,03

Источник: ExportIndia.com

Примечание. Цена рассчитана по курсу: 1 индийская рупия = 0,012058 долл. США.

Табл. 8. Средняя оптовая цена мяса птицы на внутреннем рынке

Компания	Наименование	Происхождение	Цена, долл. США/кг
IndiaMart	Живая птица	С птицефабрики	3,01
	Замороженное мясо	С птицефабрики	2,41
	Живая птица	Домашнее	12,06
	Замороженное мясо	Домашнее	7,84

Примечание. Цена рассчитана по курсу: 1 индийская рупия = 0,012058 долл. США.

Рост оптовых цен обусловлен тем, что в секторе HoReCa после завершения пандемии появилась устойчивая ситуация превышения спроса над предложением⁷.

Ключевые игроки

- **Shalimar Group** — один из крупнейших дистрибьюторов замороженной продукции и операторов складских помещений. Компания расположена в Патне (штат Бихар). Занимается оптовой торговлей яйцами и мясом птицы.
- **Al Qasim Foods** — основанная в 1990 г., компания специализируется на закупках, переработке и оптовых продажах замороженных мяса птицы и рыбы. Базируется в агломерации Нью-Дели, однако осуществляет поставки продукции по всей стране.

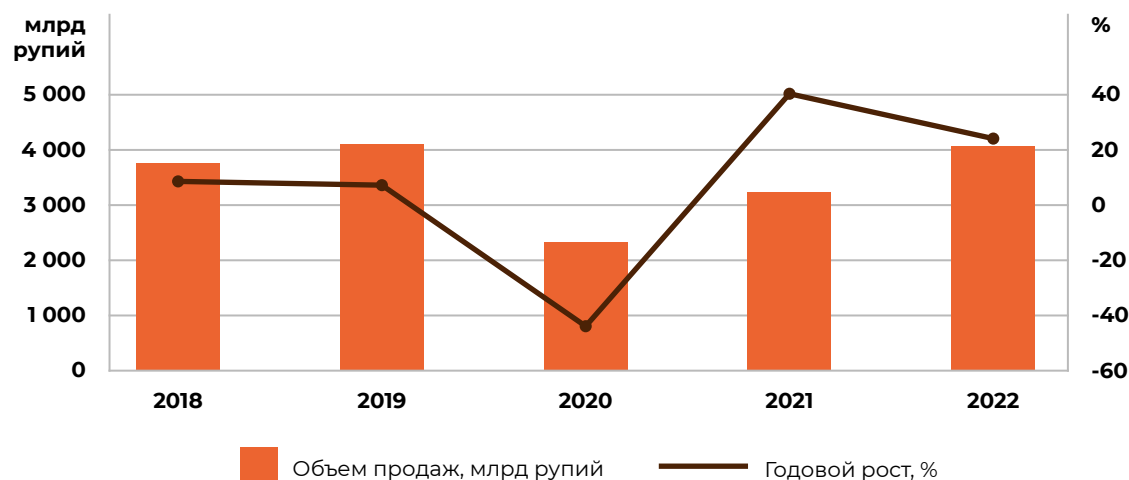
⁷ <https://clck.ru/35BDcb>

- **Al-Shah Enterprises** — дистрибьютор замороженных курятины и баранины. Занимается поставками мяса для сектора HoReCa.
- **Hindusthan Poultry Farms** — производитель птицы из Тамилнада. Специализируется на поставках яиц и живых животных, в том числе местных пород.
- **Arambagh's Chicken** — компания занимается разведением птиц, производством мяса и готовой продукции, оптовой и розничной торговлей. Поставляет продукцию в гостиницы и рестораны, ведет экспортную деятельность.
- **Genex Marketing** — импортер и дистрибьютор продуктов питания из Мумбаи. Реализует широкий ассортимент продукции, включая мясо птицы бельгийского бренда Кирсо — Damasco. Работает с большим количеством потребителей в рознице и секторе HoReCa.
- **DaulatFarms** — вертикально интегрированный холдинг, занимающийся производством сельскохозяйственной продукции, в том числе разведением местных пород птицы, переработкой мяса и дистрибьюторской деятельностью.

Сектор HoReCa

Совокупный объем продаж в секторе HoReCa в 2022 г. составил 4 035 млрд рупий (49,4 млрд долл. США) с приростом на 24% к предыдущему году. Продажи снизились из-за пандемии и карантина на 43% в 2020 г., но уже в 2021–2022 гг. стали показывать положительную динамику, что свидетельствует о восстановлении сектора.

Рис. 17. Совокупный объем продаж в секторе HoReCa в Индии, 2018–2022 гг.



Источник: Euromonitor International

Примечание. Рассчитано по курсу: 1 долл. США = 81,64 индийских рупии.

Уличная еда в Индии достаточно популярна и составляет значительную часть гастрономической культуры страны. В разных регионах распространены различные блюда и закуски. Например, в Мумбаи активно действует система доставки горячих обедов «даббавала», когда домашняя еда разносится на рабочие места к обеденному перерыву. Хотя нередко подобные обеды являются вегетарианскими, некоторые блюда из курицы (например, чикен дабба гошт) здесь также популярны. На юге Индии, в частности в Ченнаи, распространенной уличной едой является коту паротта — измельченная лепешка с мясом (курицей или бараниной) и овощами. Тушеная в йогурте курица чаап (популярное блюдо бенгальской кухни) подается во многих кафе и ресторанах Колкаты.

Распространенная уличная закуска пакора представляет собой обжаренные в масле кусочки овощей или бобовых, однако курица также используется для ее приготовления. В северных регионах Индии, в частности в Сиккиме, уличные торговцы готовят непальские пельмени момо с овощами, сыром или курицей. Жареные пирожки самоса, как правило, имеющие начинку из бобов или картофеля, также могут быть приготовлены с мясом птицы. К другим популярным блюдам уличной еды в Индии можно отнести чикен тикка и кебаб (шашлыки из курицы), чикен кати ролл и шаварму (лепешки с начинкой из курицы).

Уличные торговцы в Индии обычно приобретают мясо на оптовых рынках или у мелких местных производителей, что, несмотря на относительно большой размер рынка уличной еды, существенно ограничивает доступ на него потенциальных экспортеров.

Ключевые игроки

В секторе быстрого питания в Индии присутствует большое количество международных сетей, представляющих различные кухни: от мексиканской и американской до китайской и южноафриканской.

Помимо крупнейших интернациональных брендов на рынке страны существенную долю занимают индийские компании, некоторые из которых специализируются на блюдах из мяса птицы:

- **Chick Blast** — сеть ресторанов быстрого питания, основанная в 2009 г. в Тамилнаде. Имеет более 100 точек по всей Индии, представлена в других странах. Позиционирует себя как fast casual сеть, специализирующаяся на широком спектре блюд из мяса птицы в кухнях разных народов.
- **Bangs Fried Chicken** — созданная в 2005 г. в Ченнаи сеть. В нее входят несколько десятков ресторанов быстрого питания по всей стране, одно заведение находится в Дохе (Катар). В меню представлены традиционные для американского фастфуда блюда из жареной курицы: бургеры, сэндвичи, наггетсы, крылышки и др.

- **Chawla's Chicken** — первый ресторан сети появился в 1960 г. в Уттар-Прадеш. Около 100 точек расположены в различных штатах Индии. Также Chawla's Chicken представлена в ОАЭ, США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии. Сеть специализируется преимущественно на блюдах индийской кухни из курятины.
- **Kavi Group** — вертикально интегрированный холдинг, основанный в 1997 г. в Карнатаке. Исходно специализировался на производстве вакцин и медикаментов для птицы. В дальнейшем владельцы выстроили полную производственную цепочку, включающую выращивание и убой птицы, розничные продажи и общественное питание. Компании принадлежит два бренда ресторанов быстрого питания: **Meat&Eat** и **Kebabistan**. Рестораны сети Meat&Eat расположены в ряде штатов Южной Индии и на северо-востоке страны. Точки Kebabistan находятся в Тамилнаде и Пондичерри.

Фирменные блюда из нескольких индийских ресторанов получили большую известность в отдельных регионах страны. Так, в Hotel Buhari, расположенном в Ченнаи, была придумана жареная курица Chicken 65, ставшая популярной в Южной Индии. Благодаря шеф-поварам ресторана Moti Mahal, основанного в 1947 г. в Дели, получили распространение блюда пенджабского происхождения — курица тандури и мург макхани.

Индия — страна с огромным туристическим потенциалом и гигантскими перспективами развития гостинично-ресторанного сектора. Диверсифицированная индустрия гостеприимства, ориентированная на иностранцев и обеспеченных жителей страны, продолжит расти в ближайшие годы по мере восстановления международного сообщения и активной государственной поддержки сектора. В стране присутствуют собственные крупные сети отелей и представлены основные международные бренды, занимающие приблизительно половину рынка.

К крупнейшим индийским компаниям гостиничного бизнеса можно отнести:

- **The Indian Hotels Company** — основана в 1902 г. индийским бизнесменом Джамшеди Тата, построившим в Мумбаи знаменитый Taj Mahal Palace. Компании принадлежит множество брендов в секторе гостеприимства, в частности сети отелей премиального сегмента Taj и Vivanta, более бюджетные гостиницы Ginger, сервис доставки блюд из ресторанов Qmin.
- **ITC Hotels** — первый отель, Chola Hotel, был построен в 1975 г. в Ченнаи. В сеть входит более 80 отелей высокого класса. Также компания предоставляет ресторанное обслуживание и осуществляет доставку еды.
- **Leisure Hotels Group** — сеть, основанная в 1989 г., открыла свой первый отель The Naini Retreat в Уттаракханде. Группа компаний предлагает широкий набор туристических услуг, в том числе в центрах религиозного паломничества и ретрит-курортах.

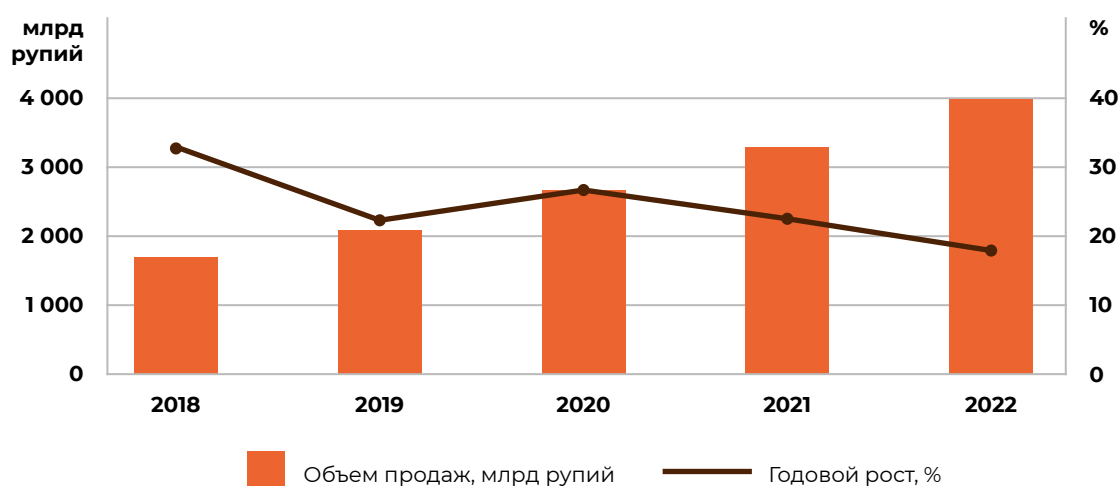
- **Neemrana Hotels** — сеть, основанная в 1991 г., представлена 13 отелями в разных исторических местах. Компания восстанавливает заброшенные достопримечательности и использует их в качестве гостиниц.
- **Lemon Tree Hotels** — сеть отелей среднего ценового сегмента, в которую входит более 90 отелей 7 различных брендов.
- **The Leela** — сеть отелей, принадлежащая одноименному конгломерату компаний, который был основан Кришнаном Наиром в 1981 г. Представлена 12 отелями в 11 городах Индии.

В силу специализации гостиничного бизнеса Индии на иностранных клиентах и обеспеченных индийцах, сектор HoReCa ориентирован на платежеспособный спрос и предоставление услуг высокого качества. В частности, ресторанное обслуживание предполагает широкий набор как индийских блюд, так и международную кухню. Поэтому гостиничный сектор Индии является перспективным каналом сбыта мяса птицы.

Электронная торговля

Сектор электронной торговли растет рекордными темпами, ежегодно прирастая в среднем на 23%. В 2022 г. совокупный объем онлайн-продаж в Индии составил 3 960 млрд рупий (48,5 млрд долл. США), увеличившись на 19% по сравнению с годом ранее.

Рис. 18. Совокупный объем онлайн-продаж в Индии, 2018–2022 гг.



Источник: Euromonitor International

Примечание. Рассчитано по курсу: 1 долл. США = 81,64 индийских рупии.

Причины успеха компаний на рынке электронной торговли заключаются в эффективной диверсификации цепочек поставок с акцентом на удобство обслуживания, высокое качество продукции и удовлетворение запросов потребителей. Онлайн-игроки различаются по ассортименту предложений, особенно в форматах готовых к приготовлению и употреблению продуктов.

Ассортимент, цены и особенности упаковки

- Наиболее распространенными форматами реализации мяса птицы на B2C электронных платформах являются упакованные в пленку целая птица, а также части тушки (грудка, голень, бедра и др.) и мелкокусковые полуфабрикаты для карри (chicken curry cut) в упаковках по 500 г.
- В зависимости от части тушки средняя стоимость 1 кг в интернет-магазинах составляет от 350 до 600 индийских рупий (от 4,2 до 7,4 долл. США). Килограмм нарезки для карри в среднем продается за 250–350 индийских рупий (3,0–4,2 долл. США). Интернет-магазины, предоставляющие свои услуги в крупнейших агломерациях Индии, ориентированы на группы населения со средним и высоким уровнем доходов. В связи со специализацией на премиальных сегментах рынка стоимость мяса птицы в электронной торговле существенно выше, чем в традиционной рознице.

Табл. 9. Средняя цена мяса птицы на электронных платформах

Магазин	Тип продукции	Цена, долл. США/кг
SPAR	Куриная грудка	4,82
	Куриная голень	4,82
	Куриные крылышки	4,22
	Куриные бедра	6,04
Big Basket	Куриная грудка	8,45
	Куриная голень	8,45
	Куриные крылышки	7,22
	Куриные бедра	5,54
Fresh to Home	Куриная грудка	6,50
	Куриная голень	5,28
	Куриные крылышки	3,38
	Куриные бедра	6,38

Продолжение табл. 9.

Магазин	Тип продукции	Цена, долл. США/кг
Flipkart	Куриная грудка	7,20
	Куриная голень	6,16
	Куриные крылышки	5,54
	Куриные бедра	6,98
Fresh-pick	Куриная грудка	7,74
	Куриная голень	6,28
	Куриные крылышки	4,24
	Куриные бедра	7,74

Источник: источники указаны в названии магазинов в таблице

Примечание. Цена рассчитана по курсу: 1 индийская рупия = 0,012058 долл. США.

Ключевые игроки

- **Big Basket** — один из крупнейших интернет-магазинов, основанный в Бангалоре в 2011 г. В 2021 г. был приобретен Tata Group. Работает более чем в 20 городах Индии. На площадке представлен большой ассортимент продуктов питания тысячи различных брендов, включая охлажденное и замороженное мясо птицы, а также готовую мясную продукцию.
- **Licious** — онлайн-сервис, специализирующийся на B2C-продажах мяса, рыбы и готовой продукции. Стартап был запущен в Бангалоре в 2015 г. Доставка мясной продукции осуществляется более чем в 20 городах Индии.
- **Fresh to Home** — онлайн-магазин, созданный в 2015 г. в Бангалоре, занимается продажей мяса, рыбы и мясной продукции. Производит доставку продуктов в Индии более чем в 190 локациях, также работает в ОАЭ.
- **IndiaMart** — крупнейший B2B-маркетплейс в Индии, запущенный в 1996 г. в Национальном столичном регионе (NRC). Является ключевым игроком в области электронной коммерции для бизнеса. На площадке представлен широкий набор товаров, в том числе мясо птицы и готовая мясная продукция от производителей и поставщиков.
- **The Wholesale Mart** — поставщик охлажденной мясной продукции, осуществляющий оптовые продажи через интернет и доставку товаров в Нью-Дели и Гургаоне.

2.4. Конкуренентная среда и участники рынка

При текущих объемах потребления и уровне платежеспособного спроса Индия практически полностью обеспечивает себя мясом птицы. В структуре выпуска лидирует промышленное птицеводство, на которое приходится почти две трети от общего поголовья птицы в стране. Индия сама является экспортером мяса птицы и проводит системную протекционистскую политику, в связи с чем доступ на внутренний рынок иностранных производителей ограничен.

Согласно данным Департамента животноводства и молочного хозяйства Индии, в 2020–2021 гг. более 60% общего объема производства мяса птицы приходилось на пять штатов: Махараштру (15,5%), Западную Бенгалию (13,0%), Харьяну (12,6%), Андхра-Прадеш (11,3%), Тамилнад (10,7%). При этом обеспеченность мясом в крупнейших по численности населения северных штатах (Уттар-Прадеш, Бихар, Мадхья-Прадеш) остается на достаточно низком уровне.

Последние десятилетия в Индии интенсивно развивается сектор промышленного птицеводства, в результате чего поголовье птицы многократно выросло, а на рынке начали доминировать крупные производители. При этом многие подсобные хозяйства выращивают птицу как для собственных нужд, так и в коммерческих целях.

Структура производства мяса птицы различается в зависимости от региона. В крупнейших штатах-производителях важную роль играет промышленное птицеводство.

Ключевые игроки рынка



Suguna Foods Pvt Ltd

Один из крупнейших агрохолдингов, занимающихся птицеводством. С 1982 г. работает в Тамилнаде и на текущий момент специализируется на разведении птицы, производстве мяса и готовых продуктов, кормов для животных. Продукция из мяса птицы на рынке представлена брендами Suguna Chicken и Delfrez.



Venkateshwara Hatcheries Pvt

Компания была открыта в Пуне в 1971 г. и имеет отдельные подразделения, которые занимаются разведением птицы, производством вакцин и кормов, переработкой мяса и яиц. Селекционные центры, запущенные совместно с Cobb-Vantress Inc., расположены в Хосуре, Хайдарабаде, Дехра-Дуне. Производит и поставляет бройлерных цыплят Vencobb.



Godre Agrovet

Одна из ведущих компаний на индийском рынке мяса птицы. В 2008 г. совместно с Tyson Foods было запущено производство мяса и готовой продукции. Птицеводческие комплексы компании расположены в Мумбаи и Бангалоре. Продукция из мяса птицы реализуется под брендами Real Good Chicken и Godrej Yummiez.



IB Group

Индийский холдинг, крупный производитель кормов для скота и рыбы. Также занимается птицеводством, производством мяса, предоставляет птицу фермерам для разведения. На рынке представлен брендом ABIS.



Skylark Hatcheries Pvt Ltd

Крупный производитель мяса птицы. Кроме того, компания занимается контрактным разведением бройлеров, производством кормов и изготовлением оборудования для животноводства. Выпускает мясо птицы под брендом Nutrich, также продает суточных цыплят.



Sneha Group

Индийский конгломерат базируется в Телангане. Осуществляет деятельность в различных отраслях, среди которых птицеводство, производство кормов для домашней птицы и рыбы, производство премиксов и яиц, рафинирование пищевых масел.



Zorabian Chicken

Крупное птицеводческое предприятие расположено в Махараштре. Компания выстроила полную производственную цепочку от производства кормов и разведения птицы до убоя и реализации готовой мясной продукции.

Требования и стандарты на продукцию



Э

Содержание.



3.1.

Контролирующие органы

3.2.

Требования к производителям

3.3.

Требования к продукции

3.4.

Требования к упаковке и маркировке

3.5.

Процедура включения предприятий
в список разрешенных

Работа по открытию рынка Индии для российских производителей мяса птицы была начата в 2016 г. Однако Россия пока не имеет права экспорта мяса и субпродуктов птицы в Индию.

Управление по безопасности и стандартам пищевой продукции Индии (Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI) опубликовало Приказ № TICB02/2/2022-IMPORTS-FSSAI с перечнем видов продукции, для экспорта которой иностранные предприятия-производители должны пройти обязательную процедуру регистрации в Индии. Этот перечень включает мясо и мясные продукты, полученные от птицы. Заинтересованные предприятия заполняют специальную форму Россельхознадзора для дальнейшей обработки уполномоченными лицами FSSAI. Новые правила регистрации начали действовать с 1 февраля 2023 г.

3.1. Контролирующие органы

В систему государственной ветеринарной службы Российской Федерации входят: Россельхознадзор (федеральный уровень), осуществляющий деятельность на всей территории страны через свои структурные подразделения, и органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации (региональный уровень).

Россельхознадзор является органом, компетентным в области ветеринарии и ответственным за выполнение ветеринарно-санитарных требований стран-импортеров. Россельхознадзор дает гарантии компетентным органам стран-импортеров по соблюдению на всей территории страны-экспортера требований к эпизоотической обстановке, безопасности продукции, системе контроля за производством экспортируемой продукции, качеству проведения лабораторных исследований. Также Россельхознадзор подтверждает выполнение всех требований страны-импортера оформлением международного ветеринарного сертификата на каждую партию продукции.

Органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации выполняют все противоэпизоотические и профилактические мероприятия, осуществляют рутинный контроль на предприятиях — производителях продукции животного происхождения. Также они подтверждают выполнение конкретным предприятием требований конкретной страны-импортера оформлением ветеринарной сопроводительной документации (ветеринарного свидетельства) на каждую партию продукции, предназначенной для экспорта.

Ветеринарные специалисты Россельхознадзора и региональных органов управления ветеринарией должны знать установленные законодательством Индии требования к производству, хранению, транспортировке и реализации мяса птицы, а также осуществлять контроль за их выполнением экспортерами продукции в Индию.

3.2. Требования к производителям

Производственные предприятия должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем государственной ветеринарной службы Российской Федерации. Все этапы и условия производства продукции, предназначенной для экспорта в Индию, должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Индии. На предприятии должны быть разработаны, внедрены и поддерживаться процедуры системы ХАССП (от англ. HACCP — Hazard Analysis and Critical Control Points).

В течение всего периода производства продукции, предназначенной для экспорта в Индию, предприятие и выпускаемая им продукция должны соответствовать стандартам этой страны. В иное время соблюдаются российские и другие стандарты, но производимые в этот период партии товаров должны храниться отдельно от тех, которые предназначены для экспорта в Индию. На предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения продукции (система прослеживаемости).

Сотрудники предприятия, ответственные за экспорт продукции в Индию, должны знать и выполнять на практике требования страны к производству, хранению, транспортировке и реализации продукции.

Только официально зарегистрированные в информационной системе «Цербер» (далее — ИС «Цербер») российские предприятия имеют право экспорта своей продукции в Индию. Регистрационный номер предприятия является эксклюзивным и не может быть использован третьими лицами.

Конкретные требования к предприятиям будут определены после открытия индийского рынка для российских производителей мяса и субпродуктов, полученных от домашней птицы.

3.3. Требования к продукции

Требования к мясу и субпродуктам, полученным от птицы и предназначенным для экспорта в Индию, будут определены после открытия индийского рынка для российской продукции. В обязательном порядке в них войдет соблюдение [правил по птичьему гриппу](#).



3.4. Требования к упаковке и маркировке

Все фасованные пищевые продукты должны иметь маркировку с указанием обязательной информации согласно [Требованиям к безопасности пищевых продуктов \(упаковка и маркировка\)](#).

Реквизиты этикетки должны быть на английском языке или языке хинди (написание деванагари). Не запрещается использование иных языков в дополнение к обязательным.

Предпочтительным языком маркировки в Индии является английский. Таможенные органы следят за тем, чтобы на этикетках ввозимых товаров содержалась следующая информация:

- наименование и описание продукции;
- номер разрешения (лицензии) FSSAI;
- наименование ингредиентов и их массовая доля;
- наименование и полный адрес производителя/упаковщика, импортера, (страна происхождения указывается в случае, если продукт произведен в другой стране, но упакован в Индии);
- нетто-вес, количество и объем содержимого (метрическая система);
- номер и код партии;

- дата производства и упаковки продукции;
- максимальная розничная цена MRP (Maximum Retail Price), по которой товар реализуется конечному потребителю (с учетом всех налогов, транспортных расходов, дилерских комиссионных, а также расходов на рекламу, доставку, упаковку, пересылку и пр.);
- страна происхождения.

Фасованные продукты питания не должны быть описаны или представлены на этикетках каким-либо образом, который является ложным, вводящим в заблуждение, обманным или ведущим к возникновению ошибочных представлений о продукте питания. Информация на этикетке должна быть представлена четко, ясно, не смываться и быть понятной потребителю при покупке и использовании товара.

Этикетки фасованных продуктов питания должны быть наклеены таким образом, чтобы они не могли оторваться от контейнера. Если контейнер закрыт оберткой, вся необходимая информация должна быть представлена на обертке или же этикетка, нанесенная на контейнер, должна быть легко различима через обертку и не скрыта ею.

Важно! Таможенные органы Индии проводят таможенную очистку продуктов питания только при условии, что на момент импорта остаточный срок годности составляет не менее 60% или 3 месяца (в зависимости от того, что меньше). Особых требований к маркировке ввозимых халяльных пищевых продуктов не существует. Для всех мясных и нерастительных пищевых продуктов, поставляемых в Индию, сертификация по стандарту «Халяль» является добровольной.

3.5. Процедура включения предприятий в список разрешенных

Перед началом экспорта продукции в Индию администрация предприятия должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства России, ЕАЭС и Индии. В этом случае подается заявка на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарии субъекта Российской Федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие.

Заявка подается в электронной форме через ИС «Цербер». Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице [ИС «Цербер»](#). Заявку также можно подать с использованием ИС «Одно окно» в сфере внешнеторговой деятельности.

Комиссионное обследование предприятия проводится в срок не более 20 календарных дней с момента поступления заявки и продолжается не более 5 рабочих дней. Осмотр объекта может быть продлен на срок до 10 рабочих дней по письменному заявлению владельца объекта, направленному в территориальный орган Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору.

Комиссия предварительно может запросить документы, необходимые для проведения обследования: план ХАССП, результаты лабораторных исследований проб (отобранных от животных или продукции) на безопасность в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга за последние три года, информацию по применяемым схемам вакцинации и лечения животных, рецептуру кормов и пр.

Комиссия проводит обследование всех этапов производства продукции, предназначенной для экспорта в Индию. Во время осмотра на предприятии должна осуществляться производственная деятельность. При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Индии. На основании этого комиссия принимает одно из следующих решений:

- в случае несоответствия даются рекомендации по устранению выявленных нарушений, и предприятие должно составить план корректирующих мероприятий с указанием конкретных сроков их выполнения;
- в случае соответствия предлагается включить предприятие в список экспортеров в Индию.

По результатам обследования территориальные органы Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору составляют, подписывают и направляют в Федеральную службу по ветеринарному и фитосанитарному надзору соответствующий акт, в котором указывается информация о соответствии или несоответствии объекта ветеринарным требованиям Индии. Срок составления акта включается в срок проведения обследования.

Если предприятие признается несоответствующим требованиям Индии, то после выполнения плана корректирующих мероприятий проводится повторное обследование.

Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору вносит предприятие в ИС «Цербер» в течение 7 рабочих дней со дня подписания акта обследования объекта. После этого предприятие может начать производство продукции для последующего экспорта в Индию.

Минимальный срок прохождения процедуры включения предприятия в список разрешенных для экспорта в Индию составляет один месяц. В реестр ИС «Цербер» должны быть включены все предприятия, складские помещения и холодильники для производства и хранения экспортируемой продукции.

Экспортный сертификат

Каждая партия груза, направляемая на экспорт в Индию, должна сопровождаться оригиналом ветеринарного сертификата (на русском и английском языке) в подтверждение выполнения ветеринарно-санитарных требований Индии. Форма и содержание этого документа должны полностью соответствовать ветеринарному сертификату, который будет согласован при открытии рынка и размещен на сайте Россельхознадзора. Ветеринарный сертификат имеют право оформлять только ветеринарные специалисты Россельхознадзора.

Ветеринарная сертификация продукции

Ветеринарная сертификация продукции осуществляется с учетом всех этапов производства. На экспорт в Индию будет сертифицирована только та продукция, которая отвечает требованиям, изложенным в согласованном ветеринарном сертификате.

Продукция, отгружаемая с предприятия и предназначенная для последующего экспорта в Индию, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы № 2, которое оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. В ветеринарном свидетельстве должна содержаться информация о выполнении ветеринарных требований Индии, проведенных лабораторных исследованиях, номере и дате разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции. К ветеринарному свидетельству формы № 2 прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Продукция с предприятия может быть направлена сразу в место таможенного оформления или на склад-холодильник для промежуточного хранения и формирования консолидированных партий для экспорта в Индию. Склад должен пройти обследование на поставки в Индию и быть внесен в ИС «Цербер». Консолидированная партия продукции, направляемая в место таможенного оформления, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы № 2 со всей информацией из ветеринарных свидетельств, поступивших вместе с партией продукции на склад.

В месте таможенного оформления в отношении вывозимой продукции проводится процедура государственного ветеринарного надзора, которая состоит из следующих административных действий:

- документальный контроль;
- физический контроль;
- принятие решения.

Документарный контроль заключается в проверке: наличия ветеринарного сопроводительного документа (ветеринарного свидетельства формы № 2) и разрешения на вывоз продукции; соответствия содержания сопроводительных документов (выданных уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, из которого вывозится и/или происходит товар) ветеринарно-санитарным требованиям Индии; наличия ограничений на вывоз продукции; внесения предприятия-производителя и склада-холодильника в перечень аттестованных на экспорт в Индию предприятий ИС «Цербер».

На стадии документарного контроля также проводится проверка прослеживаемости продукции по ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Индии.

Физический контроль осуществляется по завершении документарного контроля и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции. При этом проверяются: соответствие продукции, указанной в ветеринарных сопроводительных документах (ветеринарных свидетельствах), с фактически находящейся в транспортном средстве (контейнере); условия перевозки; температура в транспортном средстве и температура продукции; ветеринарно-санитарное состояние транспортных средств (контейнеров); соответствие упаковки и маркировки.

Принятие решения осуществляется по результатам документарного и физического контроля посредством проставления на перевозочных документах (товарно-транспортной накладной, авианакладной, коносаменте, железнодорожной накладной) штампа «Выпуск разрешен».

Взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта в установленном порядке оформляется согласованный ветеринарный сертификат для экспорта в Индию мяса и субпродуктов, полученных от птицы.

По итогам административной процедуры сведения о продукции заносятся в журнал учета вывозимых из России подконтрольных товаров, затем вносятся в АИС (Автоматизированная информационная система) и единую информационную систему ЕАЭС.

Лабораторные исследования

Предприятия, имеющие право экспорта мяса птицы в Индию, должны разработать и внедрить программу производственного контроля с установленной периодичностью лабораторного контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений (как минимум в соответствии с рекомендациями Инструкции по порядку и периодичности контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений в мясе, птице, яйцах и продуктах их переработки от 27 июня 2000 г.).

В обязательном порядке необходимо проверять продукцию на наличие антибиотиков и других средств, применяемых в лечебных и профилактических целях в хозяйствах, откуда поступает живая птица на убой. Проверку на препараты, которые не применяются на производстве, проводить не обязательно. Лабораторные исследования должны проводиться в авторизованных лабораториях.

Список документов на сопровождение груза по ветеринарии

От места производства и/или хранения до места прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы № 2 и копиями протоколов проведенных лабораторных исследований (при необходимости).

После прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться оригиналом согласованного ветеринарного сертификата.

Основные риски, ошибки и последствия

Основным риском для экспорта мяса птицы является ухудшение эпизоотической ситуации в России по болезням птиц. В худшем случае это может привести к полному запрету на поставки продукции в Индию.

Отгрузка на экспорт в Индию продукции, не соответствующей требованиям законодательства Индии, как минимум приведет к ее возврату, задержанию, утилизации или уничтожению, также возможно лишение регистрации конкретного предприятия-производителя. Неоднократное повторение таких случаев грозит потерей рынка Индии для всех российских производителей продукции животного происхождения.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, отсутствие прослеживаемости в ИС «Меркурий» экспортируемой в Индию продукции, а также ошибки в маркировке и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании поставок в Индию необходимо учитывать остаточный срок годности продукции и рассчитать время, которое будет затрачено на логистику.

Особенности и барьеры входа на рынок

A close-up photograph of several raw chicken drumsticks in a black, textured pan. The drumsticks are pale pink and glistening. They are garnished with fresh green basil leaves, small red berries, and a whole nutmeg. The background is a dark wooden surface.

4



Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Основные правила импорта пищевых продуктов определены в [Руководстве по импорту пищевых продуктов](#), разработанном Управлением по безопасности и стандартизации пищевой продукции Индии (FSSAI) в 2019 г. Именно это ведомство отвечает за легализацию импорта пищевой продукции. Положения, регулирующие другие аспекты безопасности продукции, размещены [на сайте FSSAI](#). Национальные стандарты постепенно гармонизируются с положениями [Codex Alimentarius](#) ФАО.

Импорт в Индии осуществляется в рамках внешнеторговой политики (Foreign Trade Policy), которая утверждается Министерством торговли и промышленности Индии и публикуется [на сайте](#) Главного управления внешней торговли (DGFT). Документ утверждается на пять лет. В нем устанавливаются требования к процедурам импорта и экспорта, наряду с мерами стимулирования экспорта. Регуляторные функции также выполняют следующие организации: Центральный совет по косвенным налогам и таможенным процедурам ([CBIC](#)), Комитет по оценке генноинженерной продукции ([GEAC](#)), Министерство здравоохранения и поддержки семьи ([MOHFW](#)), Управление развития экспорта сельскохозяйственных и переработанных пищевых продуктов ([APEDA](#)).

Нормативно-правовая основа импорта в Индии:

- [Акт «О безопасности и стандартизации пищевых продуктов»](#) 2006 г.;
- [Правила безопасности и стандартизации пищевых продуктов](#) 2011 г.;
- [Приказ № 12014/01/2020-QA](#) с перечнем сборов за испытания образцов пищевой продукции 2022 г.;
- [Руководство по таможенной очистке для импорта пищевой продукции](#) 2016 г.;
- [Руководство по методам анализа пищевой продукции](#);
- [Руководство по красному мясу](#);
- [Правила безопасности и стандартизации \(для импорта\) пищевых продуктов](#) 2017 г.

Помимо этого, Закон «О внешней торговле» 1992 г. выделяет четыре категории импортируемых товаров:

- a) запрещенные к ввозу (banned/prohibited);
- b) ввозимые с ограничениями (restricted), включая товары, требующие получения лицензии на импорт;

- c) импортируемые только через определенные каналы (canalized) государственными торговыми монополиями;
- d) свободно импортируемые, в том числе в рамках открытой генеральной лицензии.

Список товаров, ввозимых с ограничениями, доступен [на сайте](#) Министерства торговли и промышленности Индии в разделе, содержащем разъяснения по Гармонизированной системе (Indian Trade Clarifications based on Harmonized System, ITC (HS)).

Особенности процедур:

- ввоз пищевых продуктов может регулироваться несколькими уполномоченными органами (иногда с дублирующими полномочиями);
- возможны дополнительные проверки со стороны FSSAI;
- проводится предварительная проверка документов PADR (Pre-Arrival Documents Review), предоставляемых через таможенного агента США (Customs House Agent).

Порядок оформления импорта

По прибытии груза в порт таможенный агент подает общую декларацию и необходимые сопроводительные документы в «единое окно» SWIFT (Single Window Interface for Facilitating Trade).

Каждая партия должна иметь этикетку в соответствии с требованиями [Положений о безопасности пищевых продуктов и стандартизации \(маркировка и отбраживание\)](#).

После одобрения заявки на таможенное оформление необходимо оплатить сбор за проверку документов, визуальный осмотр и тестирование продукции. Таможня подтверждает прохождение таможенной очистки и заявленную стоимость товаров в партии в системе «единого окна».

Досмотр груза проходит до процедур очистки на авторизованных территориях в присутствии сотрудников FSSAI (Ченнаи, Колката, Мумбаи, Нью-Дели, Кочин, Тутикорин) или сотрудников таможни на дополнительных территориях, таких как аэропорты.

Процедура регистрации

Для ввоза любого вида товаров на территорию Индии импортеры должны зарегистрироваться [онлайн](#) в DGFT. По завершении процедуры регистрации присваивается десятизначный кодовый номер импортера-экспортера IEC (Importer Exporter Code).

Импортеру необходимо задекларировать ввозимый товар в таможенной системе электронного декларирования ICEGATE, представив декларацию, лицензию на импорт, коммерческий инвойс, грузовые и страховые сертификаты. В ICEGATE доступны следующие сервисы: электронный платеж, онлайн-регистрация прав на интеллектуальную собственность, отслеживание статуса документов, онлайн-проверка лицензий и статуса обязательного внешнеэкономического кода IEC. Все процедуры могут быть оформлены через таможенного агента.

Важно! Халяльная продукция проходит стандартную сертификацию и расценивается как религиозное требование, не подлежащее нормативному регулированию. Отсутствуют требования к особой маркировке халяльной продукции. Халяльная сертификация в виде международно-признанного сертификата не требуется для получения разрешения на торговлю как для экспорта, так и импорта. Животные забиваются в соответствии с требованиями страны-импортера. Сертификаты «Халяль» оформляются на стороне страны-импортера.

Требования к сопроводительным документам

В числе сопроводительных документов должны быть предоставлены:

- коносамент;
- инвойс;
- упаковочный лист;
- сертификат происхождения (с российской стороны образец сертификата размещен [на сайте](#));
- сертификат здоровья;
- разрешения (если требуется, например, в случае карантина животных и растений);
- санитарно-гигиенический сертификат.

Важно! Английский язык является официальным языком в Индии, в связи с чем документы предоставляются без перевода на индийские языки.

Образцы продукции могут быть высланы экспресс-почтой или посылкой различными логистическими компаниями (например, DHL) при условии получения предварительного разрешения DGFT. Почтовый импорт при этом не разрешен. Продукция может быть подвергнута выборочному контролю по прибытии в Индию.

Расчеты

Расчеты за импорт в иностранной валюте осуществляются через авторизованные банки первой категории (Authorized Dealer Category — I), в задачи которых также входит проверка сделки на соответствие принципам внешнеторговой политики и правилам обмена иностранной валюты (Foreign Exchange Management Rules). Авторизованные банки проводят платеж за импорт товаров в Индию после подтверждения правомерности торговой операции и получения от импортера полных реквизитов для перевода.

В Индии свободно открываются аккредитивы и осуществляются иные операции в области внешней торговли. В случае, если для импорта требуется лицензия, банку необходимо предоставить ее копию.

В соответствии с действующими нормативными актами, денежные расчеты за импортируемые товары выполняются не позднее, чем через шесть месяцев с даты отгрузки товаров.

Особенности действующих таможенных процедур в России

Порядок экспорта из России регулируется [Таможенным кодексом Евразийского экономического союза](#). Для экспорта товаров АПК из России, если они не входят в [список запрещенных товаров](#) или не экспортируются в [недружественные страны](#), необходимо получить сертификат происхождения товаров общей формы (подтверждение, что экспортируемая продукция произведена на территории России) в Торгово-промышленной палате. Заявка оформляется в электронном виде в [личном кабинете](#). К ней прилагается информация: акт экспертизы, экспортный контракт, счет-фактура/инвойс. Дополнительно для прохождения таможенных процедур могут потребоваться ветеринарные сертификаты, разрешение на вывоз, экспортный контракт, спецификация к контракту, инвойс, подтверждение оплаты пошлины / таможенного сбора, сертификат происхождения.

Дополнительно! Россельхознадзор совместно с третьими странами подготовил согласованные [двусторонние сертификаты](#) на экспорт продукции АПК из России.

Для оформления экспорта необходимо предоставить: международный контракт со спецификацией в двух экземплярах на русском и английском языках; уникальный номер контракта (при необходимости); инвойс; спецификацию; коносамент; сертификационные документы (экспортный ветеринарный сертификат / сертификат здоровья и прочие сертификаты по запросу); упаковочный лист; платежные поручения / подтверждение платежа; техническую документацию для определения кода по [ТН ВЭД ЕАЭС](#).

Для прохождения таможи необходимо уплатить таможенные платежи, пройти формы таможенного контроля, зарегистрироваться на таможенном посту, выбрать таможенную процедуру «экспорт», подать декларацию на экспортируемые товары. Для регистрации необходимо подготовить следующие документы: копии юридических правоустанавливающих документов, справку из Федеральной службы статистики, справку из банка об открытии рублевого и валютного счетов.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

Россия не имеет преференциальных торговых соглашений (например, о зоне свободной торговли) с Индией, поэтому на российские товары применяется ставка в рамках режима наибольшего благоприятствования (РНБ). Пошлина на целые тушки курицы, мясо уток, индеек, гусей и других птиц составляет 30%. В то же время на ввоз частей тушек и субпродуктов курицы установлена пошлина в размере 100%. Столь высокий уровень тарифной защиты является отражением политики поддержки отечественных производителей мяса птицы — производство ориентировано исключительно на внутренний рынок. Объем импорта мяса птицы Индии не превышает 1 млн долл. США.

В 2022 г. основными поставщиками мяса птицы на рынок страны стали Таиланд (59,1%), США (17,3%) и Бразилия (13,9%). Бразилия и США, как и Россия, пользуются РНБ. Таиланд имеет преференциальный доступ по значительной части товаров, в частности по целым тушкам утки, на которые приходится подавляющее большинство поставок мяса птицы в страну.

Нетарифные барьеры



Таможенный контроль

Затраты времени и стоимость оформления необходимых для прохождения таможенной документации могут рассматриваться как барьер для входа на рынок. В последнем опубликованном рейтинге Doing Business Всемирного банка Индия занимает 68-е место из 190 стран по трансграничной торговле, но стоимость и время импортных процедур в Индии лучше средних по региону.

Табл. 10. Оформление импорта в Индию: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	60	273
Оформление документов	22	100

Источник: Всемирный банк (Doing Business 2020)

Примечание:  Лучше среднего по региону
 Хуже среднего по региону

Лицензирование импорта

Получение лицензии на ввоз товаров в Индию происходит через электронную систему ICEGATE. Данная платформа также используется для присвоения кода IEC, без которого невозможно осуществлять импорт в страну.

Сертификат на продукты питания

Для ввоза пищевой продукции в Индию требуется получение разрешения (лицензии) на импорт от Управления по безопасности пищевых продуктов и стандартам Индии (FSSAI). При сертификации импорта иностранным лицом предусмотрена особая схема FMCS (Foreign Manufacturers Certification Scheme). Сертификацию проводит Департамент сертификации иностранных производителей (FMCD), расположенный в штаб-квартире Бюро индийских стандартов (Bureau of Indian Standards, BIS) в Нью-Дели. При этом предполагается, что производитель берет на себя все расходы по проведению испытаний, пребыванию инспекторов FMCD в стране и их работе по проверке производства.

Организация экспортных поставок



5



Содержание

5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-
финансовых операций

5.3.

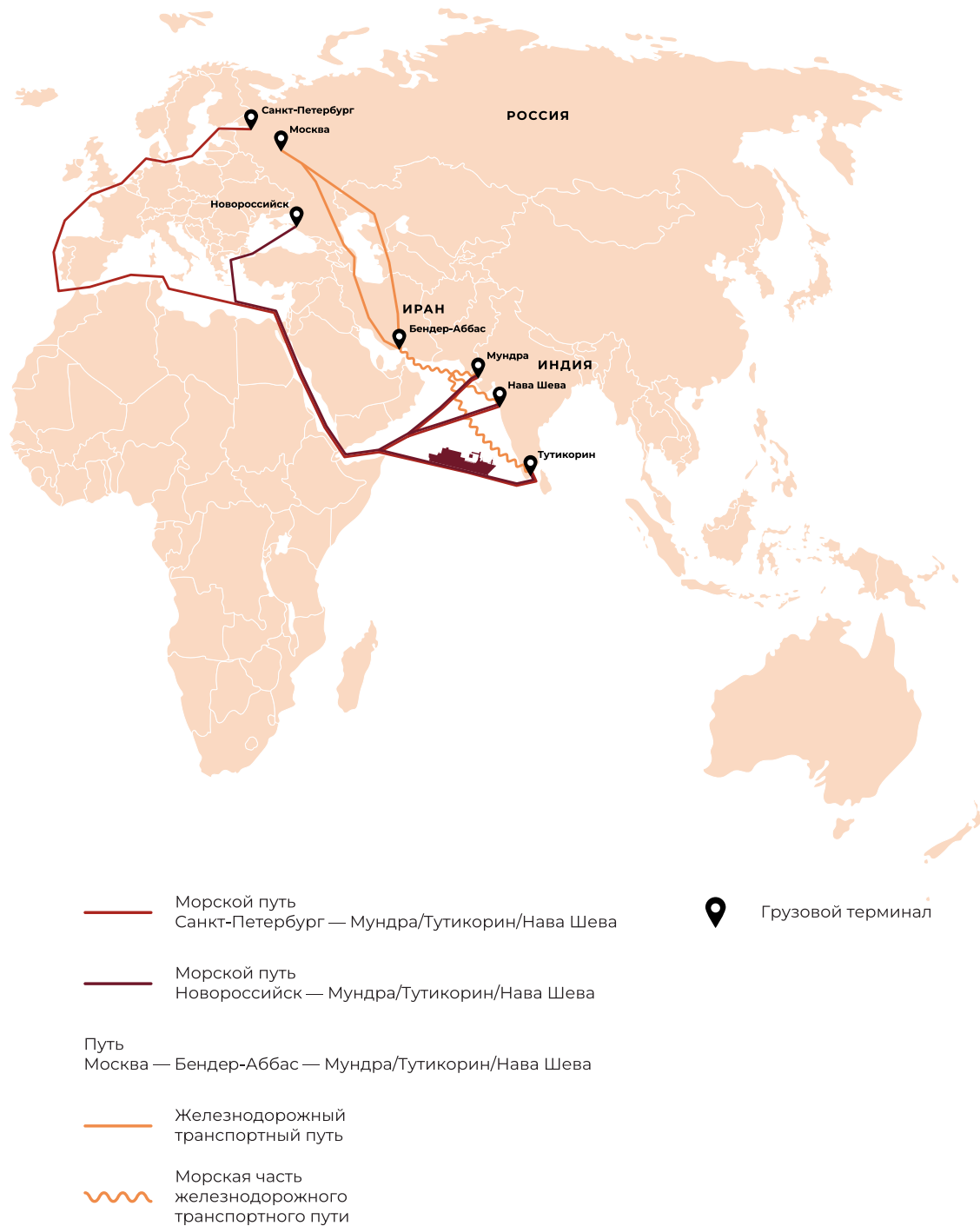
Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 19. Доставка мяса птицы из России в Индию



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

Существует несколько логистических путей доставки мяса птицы из России в Индию:

- 1) Авиаперевозка.
- 2) Морская перевозка. Варианты и этапы:
 - автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту,
 - без перевалки в порту;
 - автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
 - автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
 - морская перевозка.

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза. Основные международные аэропорты Индии — это аэропорт Индира Ганди (г. Нью-Дели), Чатрапати Шиваджи (г. Мумбаи), Ченнаи (г. Ченнаи). По причине высокой стоимости авиатранспорт используется только для перевозки образцов продукции.

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

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в Индию — морским транспортом. Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

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

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 19 тонн брутто.

Оптимальная логистическая схема дальнейшей отгрузки товара в контейнерах — три авторефрижератора перегружаются в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России.

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

Вместимость одного 40-футового рефрижераторного контейнера составляет до 27 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °С и ниже использование дизель-генератора желательно, но не обязательно, так как рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

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

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

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

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем мясной продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Оптимальная логистическая схема дальнейшей отгрузки товара в контейнерах — три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь – март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

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

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

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

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

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

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

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

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

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

В новых логистических реалиях России активно развивается железнодорожный маршрут «Север – Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока. Данный маршрут подразумевает использование портов Ирана для доступа к транспортным маршрутам стран Персидского залива и Аравийского полуострова вплоть до Индии. Уже сейчас организован маршрут через порт Бендер-Аббас в Иране с доставкой туда груза железнодорожным транспортом и далее — морским путем до порта назначения.

При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием). Внутренний полезный объем — 61,1 м³. Вместимость — около 25 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры. Внутренний полезный объем — 66–67 м³, вместимость — около 27 тонн брутто.

Отправки производятся с нескольких станций: Москва (Чехов), Екатеринбург (Шарташ), Санкт-Петербург (Шушары) еженедельно, с тенденцией к увеличению регулярности. При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная.

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в Индию:

- порт Мундра;
- порт Тутиккорин;
- порт Нава Шева.

В связи с санкционной политикой в отношении России, единственной судоходной линией, которая осуществляет перевозки из портов Санкт-Петербург и Новороссийск в указанные порты, является линия [MSC](#).

Табл. 11. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Мундра	Тутиккорин	Нава Шева
Санкт-Петербург	56	53	54
Новороссийск	31	27	28

Сроки и стоимость доставки

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

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70
Белгород — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Белгород — СПб — Тутиккорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70
Белгород — Новороссийск — Тутиккорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Белгород — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70

Продолжение табл. 12.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Пенза — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70
Пенза — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Пенза — СПб — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70
Пенза — Новороссийск — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Пенза — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 600	27	0,39	65–70
Пенза — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 800	27	0,36	40–45
Брянск — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 050	27	0,37	65–70
Брянск — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 500	27	0,35	40–45
Брянск — СПб — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 050	27	0,37	65–70
Брянск — Новороссийск — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 500	27	0,35	40–45
Брянск — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 050	27	0,37	65–70
Брянск — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 500	27	0,35	40–45

Продолжение табл. 12.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — МСК — Бендер-Аббас — Мундра	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Белгород — МСК — Бендер-Аббас — Туतिकорин	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Белгород — МСК — Бендер-Аббас — Нава Шева	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Пенза — МСК — Бендер-Аббас — Мундра	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Пенза — МСК — Бендер-Аббас — Туतिकорин	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Пенза — МСК — Бендер-Аббас — Нава Шева	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 100	25	0,60	40–45
Брянск — МСК — Бендер-Аббас — Мундра	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 700	25	0,59	40–45
Брянск — МСК — Бендер-Аббас — Туतिकорин	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 700	25	0,59	40–45
Брянск — МСК — Бендер-Аббас — Нава Шева	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	14 700	25	0,59	40–45

Примечание. Действующие на январь 2023 г. ставки включают все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн; фрахт; дизель-генератор; ветеринарное и таможенное оформление; внутрипортовое экспедирование; взвешивание контейнера; оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за 1 долл. США.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства № 1104 от 15 сентября 2017 г.](#) экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого следует подать заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Таможня

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

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

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

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
 - [ООО «Суперкарго»](#);
 - [ГК «Галеас»](#).
- 2) Железнодорожные операторы:
 - [ООО «РЖД Логистика»](#).

3) Сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [ГК «ТопФрейм»](#);
- [IPC Hormann](#).

4) Контакты морских линий приведены в подразделе «Морская перевозка».

Ветеринарные документы

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в разделе 3 «Требования и стандарты на продукцию» и разделе 4.1. «Особенности таможенных процедур».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Экспортеры мясной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательным является подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (в случае 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 России.

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b) 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 при наступлении страхового случая;
- c) 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 без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- 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;
- к) 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) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- n) кража, 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 связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации и иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потерей груза в результате военных рисков.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, 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 соответствующие суммы могут быть взысканы 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 по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Наиболее частые причины претензий:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;

- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

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



5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютно-финансовых операций

Официальной валютой Индии является индийская рупия. Индия придерживается плавающего валютного курса рупии. Валютно-финансовые операции в стране осуществляются в соответствии с Законом «О валютном регулировании» 1999 г. Функции контролирующего органа в области валютного контроля и нормативного регулирования возложены на Резервный банк Индии (РБИ).

Все валютно-финансовые операции требуют согласования с РБИ. В целом индийское валютное законодательство предусматривает широкий спектр

валютно-финансовых операций. Как резидентам, так и нерезидентам разрешены сделки по купле-продаже иностранной валюты, а также платежи и переводы денежных средств резидентов и нерезидентов на расчетные счета. При этом для открытия иностранных счетов представленным в Индии зарубежным компаниям необходимо получить разрешения РБИ. Для осуществления операций с иностранной валютой банки и дилеры получают лицензию при условии выполнения требований РБИ в области валютного контроля.

Закон наделяет правительство страны полномочиями вводить ограничения на сделки по текущим счетам в случае необходимости, исходя из общественных интересов и по согласованию с РБИ. Кроме того, политика обменного курса направлена на стабилизацию валютного рынка. РБИ проводит мониторинг финансовых рынков внутри страны и за рубежом, контролируя ситуацию путем валютных интервенций.

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

Основные документы, необходимые экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций в части организации поставок в Индию:

- таможенная декларация, которая предоставляется импортерами в установленном формате и раскрывает полную информацию о стоимости ввозимых товаров;
- коммерческий счет, в котором указывается наименование товара, цена за единицу товара и итоговая сумма за весь груз, переданный покупателю производителем или дилером;
- коносамент, подтверждающий качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- упаковочный лист с указанием веса, способа упаковки и кода товарной номенклатуры для каждого товара;
- сертификат о происхождении товара, свидетельствующий о стране, в которой были произведены и приобретены импортируемые товары.

Каждый документ предоставляется в оригинале и как минимум с одной копией. Импортная документация должна сопровождаться лицензией на импорт. Лицензия на импорт может быть общей или специальной. По общей лицензии товары можно ввозить из любой страны, тогда как специальная или индивидуальная лицензия разрешает импорт только из определенных стран. В Индии работает портал таможи ([Compliance Information Portal](#)), где в открытом доступе содержится детальная информация обо всех таможенных процедурах, пошлинах и нормативных требованиях по более чем 10 тыс. тарифным позициям.

Особенности практик применения вариантов взаиморасчетов

Для регистрации и оплаты импорта все импортеры должны предоставить копию аккредитива, гарантирующего оплату. Обычно этот документ сверяется с банком-эмитентом, чтобы проверить отток иностранной валюты.

В Индии запросы на документацию и требования к ней обширны, поэтому распространены задержки при оформлении импорта. Из-за задержек экспортеры подвергаются дополнительным расходам (сборы за простой, нарушение сроков по контракту и др.), что может привести к удорожанию экспорта продукции в Индию. На практике в случае несвоевременной таможенной очистки импортеры могут потребовать освобождения поставок под залог исполнения обязательств, включая обеспечение банковской гарантией.

Кроме того, у России и Индии есть собственные системы передачи финансовых сообщений, что позволяет использовать механизм рублево-рупиевых взаиморасчетов при экспорте в Индию. Российские и индийские ведомства и банки поддерживают предметный диалог, нацеленный на синхронизацию платежных систем. Однако следует отметить, что крупные банки Индии далеко не всегда готовы вести с российскими компаниями прямые торговые расчеты в рублях и рупиях из-за риска попасть под западные санкции.

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Табл. 13. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
Bank of Baroda	Второй по величине банк государственного сектора в Индии. Имеет более 100 зарубежных офисов	www.bankofbaroda.in
Bank of India	Индийский государственный банк. Основан в 1906 г. Имеет филиалы и банкоматы в ведущих странах мира. По состоянию на 31 марта 2021 г. активы Bank of India составляли 130 млрд долл. США	https://bankofindia.co.in
Bank of Maharashtra	Индийский государственный банк. Основан в 1936 г. По состоянию на март 2022 г. насчитывал 29 млн клиентов и более 2 000 филиалов в стране	www.bankofmaharashtra.in
Canara Bank	Индийский государственный банк. Основан в 1906 г. Имеет офисы в Лондоне, Дубае и Нью-Йорке	www.canarabank.com

Продолжение табл. 13.

Банк	Описание	Сайт
Indian Bank	Седьмой по величине индийский государственный банк. Основан в 1907 г. Имеет зарубежные филиалы в Коломбо и Сингапуре, а также 227 зарубежных банков-корреспондентов в 75 странах	indianbank.in/en
Indian Overseas Bank	Индийский государственный банк, имеет более 3 000 внутренних филиалов, 4 зарубежных филиала и представительства. Основан в феврале 1937 г. со специализацией на валютном бизнесе и банковском обслуживании за рубежом	www.iob.in

5.3. Формы присутствия на рынке

У Индии налажены крепкие торговые связи с Гонконгом, Австралией, Объединенными Арабскими Эмиратами, Соединенными Штатами Америки, Швейцарией и многими другими странами, что предоставляет множество возможностей для развития бизнеса.

В Индии законодательно установлены льготные налоговые режимы и детально регламентированы вопросы налогообложения различных форм бизнеса. Закон «О компаниях» 2013 г. ([Companies Act](#)) регулирует порядок создания, реорганизации и ликвидации компаний.

Иностранцам инвесторам доступны следующие организационно-правовые формы:

- 1) Индивидуальное предпринимательство (Sole Proprietorship) — компания, созданная одним участником. Минимальный размер уставного капитала не предусмотрен. Предприниматель несет полную ответственность по долгам.
- 2) Частная компания (Private Limited Company) — юридическое лицо, зарегистрированное двумя и более участниками. Больше подходит для малого и среднего бизнеса. Минимальный размер уставного капитала составляет 100 тыс. индийских рупий. Материальная ответственность участников ограничена вкладом в уставный капитал.
- 3) Публичная компания (Public Limited Company) — компания, созданная семью и более участниками, как правило, для реализации масштабных инфраструктурных или производственных проектов. Минимальный размер уставного капитала составляет 500 тыс. индийских рупий. Материальная ответственность участников ограничена номинальной стоимостью оплаченных акций. Акции компании свободно обращаются на биржах.

- 4) Партнерство с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership) — юридическое лицо, созданное двумя и более участниками, из которых минимум один должен быть резидентом Индии. Материальная ответственность участников ограничена в соответствии с партнерским соглашением.

По форме ответственности компании могут быть следующих типов:

- компания с ограниченной ответственностью в зависимости от количества акций (Company Limited by Shares). Участники компании данного типа отвечают по корпоративным обязательствам только в пределах своей доли. Данная форма наиболее распространена для малого и среднего бизнеса;
- компания с ответственностью, ограниченной гарантией (Company Limited by Guarantee). Капитал компании не подлежит разделению на акции. Ответственность участников ограничивается гарантией участников, а не количеством акций;
- компания с неограниченной ответственностью (Unlimited Company). Ответственность участников не ограничена их долей или суммой гарантии. Данная форма наименее популярна в Индии.

Регистрация компании

Для того чтобы зарегистрировать компанию в Индии, потребуется:

- 1) Получить идентификационный номер директора (DIN) и оплатить регистрационный сбор в размере 100 индийских рупий.
- 2) Получить [сертификат электронной подписи](#) в одном из частных лицензированных агентств. Стоимость сертификата варьирует от 400 до 2 650 индийских рупий.
- 3) Зарезервировать наименование компании в Реестре компаний (ROC). За одобрение названия потребуется заплатить 1 000 индийских рупий.
- 4) Оплатить гербовый сбор и передать документы в Реестр компаний (Registrar of Companies) при Министерстве корпоративных дел Индии ([Ministry of Corporate Affairs](#)).
- 5) Получить в Налоговом департаменте идентификационный номер налогоплательщика (PAN) и номер налоговой отчетности для налога на прибыль (TAN).
- 6) Встать на учет в системе социального медицинского страхования.

Регистрационный взнос зависит от размера уставного капитала. При капитале менее 100 тыс. индийских рупий взнос составит 4 000 индийских рупий. Регистрация новой компании, как правило, занимает 3–4 недели.

Совместное предприятие и представительство

В соответствии с Законом «О компаниях» иностранная компания может создать совместное предприятие с индийской компанией (Joint Venture). Одним из преимуществ является получение доступа к дистрибьюторской сети индийского партнера. При регистрации совместного предприятия следует учитывать ограничения на инвестирование в отрасли, закрытые для иностранного капитала.

Иностранные компании также вправе зарегистрировать на территории Индии свои филиалы и представительства. Действующее законодательство позволяет создавать дочерние компании в Индии со 100%-ным иностранным капиталом.

Для регистрации представительства потребуется получить разрешение Резервного банка Индии. Представительство может быть создано в следующих формах:

- филиал (Branch Office);
- представительство по связям (Liaison Office);
- офис по реализации проекта (Project Office).

Филиал может оказывать консалтинговые услуги, заключать договоры с местными компаниями в сфере производства и розничной торговли.

Представительство по связям не имеет права заниматься коммерческой деятельностью и получать прибыль, однако разрешается проведение рыночных исследований и продвижение продукции на территории Индии.

Офис по реализации проекта создается иностранной компанией строго на период реализации конкретного проекта. Работа офиса полностью финансируется головной организацией.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

В Индии вопросами охраны интеллектуальной собственности, включая регистрацию ее объектов, занимается Индийское патентное ведомство (Indian Patent Office), полное наименование — Управление Генерального контролера по патентам, промышленным образцам и товарным знакам (Office of Controller General of Patents, Designs & Trade Marks, CGPDTM). Ведомство входит в структуру Департамента содействия промышленности и внутренней торговли при Министерстве торговли и промышленности Индии.

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

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности;
- Договор о патентной кооперации;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;
- Женевская конвенция об охране производителей фонограмм от несанкционированного копирования;
- Вашингтонский договор об интеллектуальной собственности на интегральные схемы;
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг (МКТУ) для регистрации товарных знаков;
- Венское соглашение о международной классификации изобразительных элементов знаков;
- Локарнское соглашение о международной классификации промышленных образцов;

- Договор ВОИС по авторскому праву;
- Договор ВОИС об исполнениях и фонограммах.

Национальное законодательство в области прав интеллектуальной собственности включает следующие нормативные и правовые акты:

- [Закон «О товарных знаках»](#) № 47 от 1999 г.;
- [Закон «О патентах»](#) № 39 от 1970 г.;
- [Закон «О промышленных образцах»](#) № 16 от 2000 г.;
- [Закон «О географических указаниях товаров»](#) № 48 от 1999 г.;
- [Правила промышленных образцов](#) 2001 г.;
- [Правила географических указаний товаров](#) 2002 г.;
- [Патентные правила](#) 2003 г.;
- [Правила товарных знаков](#) 2017 г.;
- [Руководство по патентным практикам и процедурам](#) от 2019 г.;
- [Руководство по практикам и процедурам в отношении промышленных образцов](#).

Регистрация товарного знака

Товарные знаки признаются объектами интеллектуальной собственности, охрана которых в Индии может быть оформлена путем подачи заявки в патентное ведомство CGPDTM или международной регистрации в соответствии с Мадридским протоколом. Международная предварительная проверка позволяет ускорить национальную экспертизу.

Юридическое лицо, претендующее на статус владельца товарного знака, который используется или предполагается к использованию, подает заявку на государственную регистрацию. Рекомендуется тщательно продумать перечень товаров и услуг для заявки в рамках МКТУ.

При подаче заявки через ВОИС заполняется утвержденная форма (MM2). После проверки корректности заполнения формы ВОИС пересылает заявку в национальное ведомство, которое рассматривает заявку так же, как в случае национальной процедуры.

Основные шаги процедуры регистрации:

- 1) Проверка товарного знака (предварительный поиск) на тождество и сходство в электронном реестре на сайте патентного ведомства.
- 2) Подача заявки на регистрацию с указанием названия товарного знака, классов МКТУ, наименования и адреса заявителя, срока использования товарного знака.
- 3) Экспертиза заявки.
- 4) Предоставление и рассмотрение ответов на запросы и замечания, а также подача ходатайств о проведении слушания. Срок для направления ответа: 1 месяц.
- 5) Публикация заявки. В течение 4 месяцев с даты публикации возможно опротестование заявки. Срок для ответа на поданное возражение: 2 месяца.
- 6) Выдача свидетельства о регистрации при отсутствии возражений.

Правомерность обозначения проверяется по абсолютным и относительным основаниям.

Так, к абсолютным основаниям для отказа в регистрации можно отнести:

- обозначения, лишенные какого-либо отличительного характера;
- обозначения, состоящие исключительно из элементов, служащих для обозначения вида, качества, количества, назначения, стоимости, географического происхождения или времени производства товаров или оказания услуг;
- обозначения, противоречащие морали или общественному порядку;
- обозначения, которые вводят общественность в заблуждение, например в отношении характера, качества или географического происхождения товаров или услуг.

К относительным основаниям относится сходство до степени смешения с ранее зарегистрированными обозначениями.

Правовая охрана товарного знака

Регистрация товарного знака дает право на судебную защиту в случае нарушения прав на него. Нарушением является использование тождественного или сходного до степени смешения обозначения (в отношении тех товаров и услуг, для которых зарегистрирован товарный знак) лицом, не являющимся правообладателем или законным пользователем.

Незаконное использование товарного знака может осуществляться в следующей форме:

- маркировка товаров и/или упаковки товарным знаком;
- предложение маркируемых товаров к продаже, размещение их на рынке и хранение для этих целей;
- предложение услуг под товарным знаком;
- импорт или экспорт товаров под товарным знаком;
- использование товарного знака в рекламе;
- использование товарного знака в деловой документации.

Регистрация товарного знака в Индии предусматривает средства защиты: гражданско-правовые (возмещение ущерба, судебный приказ о розыске и изъятии, замораживание активов) и уголовно-правовые (от штрафных санкций до тюремного заключения). В отсутствие сведений об ответчике выдаются судебные приказы в отношении неизвестного лица, которые позволяют использовать законные меры для отслеживания источника поддельных товаров, выявления и привлечения к ответственности правонарушителя.

Основные принципы и особенности защиты прав интеллектуальной собственности в Индии:

- согласно принципу «доброго имени», признается трансграничная репутация знака без фактического использования в регионе при условии ранней регистрации за пределами Индии и наличия практики международного использования;
- правообладатели могут регистрировать свои права на таможне для защиты от импорта контрафактной продукции;
- при установлении нарушения в отношении фирменного стиля изделия применяется тест на вводящее в заблуждение сходство. При этом заявитель должен доказать, что фирменный стиль сформировал себе вторичное значение или хорошую репутацию на рынке;
- знаки в виде жестов или движений, ставших уникальными в результате использования, также могут регистрироваться и охраняться;

- хорошо известным (по установленным в законе признакам) товарным знакам предоставляется защита от использования в отношении не связанных с ними товаров;
- один объект интеллектуальной собственности может пользоваться множественной охраной, в частности в рамках коммерческой тайны, авторского права, патента и/или товарного знака.

Действующее законодательство предусматривает защиту незарегистрированного товарного знака при доказанности следующих фактов:

- схожести товарного знака с чужим;
- использования чужого товарного знака без разрешения;
- введения в заблуждение потребителей.

Предпочтительно, чтобы факты (например, продажи или рекламы) имели место и были подтверждены на рынке Индии. Вместе с тем национальные суды обеспечивают защиту и трансграничной репутации компании. Суды Индии считают приоритетными сроки использования (зачастую включая международное использование), а не регистрации товарного знака.

Домены

С 2004 г. администрированием доменных имен в Индии занимается организация INRegistry. Организация была назначена правительством Индии и действует под управлением национальной интернет-биржи. Самостоятельно INRegistry домены не регистрирует, а аккредитует регистраторов в процессе открытого отбора. Национальный домен верхнего уровня в Индии — **.in**.

Для урегулирования споров в области доменных имен .in обращаются к системе INDRP (IN Domain Name Dispute Resolution Policy), которая определяет правила разрешения разногласий в связи с регистрацией и использованием доменного имени в интернете.

Продвижение продукции

6

Содержание



6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Продвижение через цифровые каналы

Пандемия COVID-19 подтолкнула население Индии к увеличению объемов продаж продуктов питания через онлайн-сервисы. Это же касается и мяса: в крупнейших городах запущены площадки, обеспечивающие доставку мясных полуфабрикатов, готовой продукции, еды из предприятий общественного питания. А в силу потребительских привычек, конфессиональных особенностей и масштабируемости производства курятина является основным видом мяса, реализуемым по цифровым каналам. В частности, сервисы Licious, Fresh to Home и BigBasket специализируются на доставке мяса птицы.

Специфика региональных рынков

Индия — полиэтничная и мультиконфессиональная страна с существенными региональными различиями. Значительная часть населения не употребляет отдельные виды мяса или придерживается вегетарианства в силу религиозных убеждений. Для многочисленной мусульманской диаспоры важным фактором потребительского выбора является сертификация мясной продукции по стандарту «Халаль». Пищевые предпочтения населения Индии существенно различаются в зависимости от штата и социальной группы, поэтому единого маркетингового решения по рынку страны разработать невозможно. Для достижения успеха экспортерам потребуются детально изучить локальные особенности и предпочтения при разработке региональных стратегий выхода на рынок Индии.

Разработка уникального торгового предложения

При текущих объемах потребления Индия полностью обеспечивает себя мясом птицы, его поставки из других стран минимальны. Поэтому для выхода на этот рынок потенциальным экспортерам крайне желательно выявить нишу с неудовлетворенным спросом и сформировать уникальное торговое предложение, учитывающее вкусовые предпочтения целевой группы потребителей. Растет спрос на новые вкусы и продукты, а также изделия, созданные под влиянием индийской кухни. Формирующийся средний класс с увеличивающимся благосостоянием будет обращать все больше внимания на нишевые виды мяса, пока считающиеся в Индии премиальными: индюшатину, утятину и др. Остается популярным мясо птицы местных пород курицы. Экспортеру рекомендуется выбрать целевой сегмент с устойчивым платежеспособным спросом, выявить наиболее прибыльные ниши и определить конкурентоспособность своего товара в них.

Выбор канала сбыта

Несмотря на активную экспансию розничных сетей и строительство крупных торговых центров в больших городах, в Индии остается популярным формат небольших семейных продовольственных магазинов — «кирана». По причине наличия многочисленных местных неформальных договоренностей возможности сбыта иностранной продукции через них ограничены. На текущем этапе развития рынка Индии российскому экспортеру было бы удобнее выбирать в качестве целевой аудитории молодых и относительно обеспеченных потребителей в крупных городах и ориентироваться на сбыт через крупные розничные сети, имеющие опыт работы с поставщиками из других стран.

Сезонный и эпизодический спрос на мясо

Несмотря на то, что некоторые группы населения Индии (например, джайны, индуисты и сикхи) во многом придерживаются вегетарианской диеты, в ряде случаев потребление мяса сопряжено с религиозными практиками и приурочено к различным праздникам. Так, в некоторых направлениях индуизма ритуальные подношения и праздничные блюда допускают использование мяса, как правило, курятины или козлятины. Во время исламских праздников Ид аль-Фитр и Ид аль-Адха в Индии традиционно готовят блюда из баранины или мяса птицы. Христиане в северо-восточных регионах отмечают Рождество и Пасху. При выборе своей ниши на рынке Индии потенциальные экспортеры должны учитывать местные религиозные особенности как фактор сезонности потребления мяса.

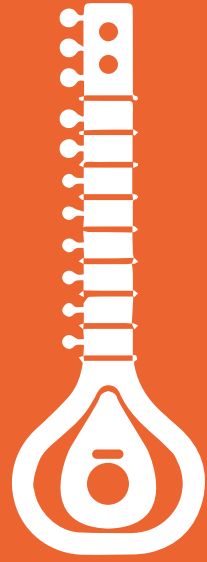
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Annapoorna — AnuFood India Международная выставка продуктов питания и напитков www.anufoodindia.com	Мумбаи Bombay Exhibition Centre	07–09.09.2023
Dairy Livestock & Poultry Expo Asia Выставка сельскохозяйственных технологий и продукции www.dlpexpo.com/gujarat	Гандинагар Helipad Exhibition Centre	15–17.09.2023

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
SIAL India Выставка агропродовольственного сектора https://sialindia.com	Нью-Дели Pragati Maidan Exhibition Centre	07–09.12.2023
Indus Food Международная выставка продуктов питания и напитков https://indusfood.co.in	Большая Нойда India Exposition Mart	08–10.01.2024
AAHAR The International Food & Hospitality Fair Международная выставка-ярмарка продуктов питания и индустрии гостеприимства https://indiatrdefair.com	Нью-Дели Pragati Maidan Exhibition Centre	05–09.03.2024

Особые экономические зоны





По состоянию на начало 2023 г. в Индии выдано 424 разрешения на создание особых экономических зон (ОЭЗ), из которых 270 — действующие⁸. Среди них 31 ОЭЗ относится к торговым и многоотраслевым, остальные специализируются на одной из 12 отраслей (преимущественно на производстве электроники, полупроводников и услугах, связанных с информационно-коммуникационными технологиями)⁹. Полный перечень действующих ОЭЗ публикует Министерство торговли и промышленности Индии.

Преференции

Правительство Индии предоставляет налоговые и иные льготы для инвесторов в отдельных секторах и регионах (на северо-востоке страны в штатах Джамму и Кашмир, Химачал-Прадеш, Уттаракханд)¹⁰.

В числе дополнительных льгот:

- полное освобождение от уплаты налога с экспортной прибыли в течение первых пяти лет для объектов ОЭЗ и пониженная ставка (50%) в течение последующих пяти лет, а также 50% от ставки налога для реинвестирования в течение еще пяти лет;
- освобождение от налога с поставки товаров и услуг конечному потребителю — нового единого налога на товары и услуги (взимаемого центральным правительством и правительствами штатов);
- беспошлинный режим внутренних закупок для развития, эксплуатации и обслуживания объектов ОЭЗ.

Российским экспортерам агропромышленной продукции следует обратить внимание на следующие ОЭЗ Индии, специализирующиеся на пищевой промышленности:

- **Pearl City Food Port Special Economic Zone** — на территории производственной площадки находятся логистические и складские мощности, ведется переработка зерна, растительных масел и овощей. Расположена в 30 км от порта Тутикорин, в 23 км от города Тутикорин и в 15 км от аэропорта Тутикорин.
- **Visakhapatnam Special Economic Zone** — в ОЭЗ находится несколько пищевых производств, включая переработку зерна, производство растительных масел и хлебопекарную промышленность. Центральный офис расположен в Вишакхапатнаме, штат Андхра-Прадеш.

⁸ <http://sezindia.nic.in/upload/637c92e65675eNew%20FACT%20SHEET.pdf>

⁹ <https://bit.ly/3wsXqWZ>

¹⁰ <https://clck.ru/V2SdS>

- **KIADB Food Processing Special Economic Zone** — на территории ориентированной на перерабатывающую промышленность ОЭЗ локализована, в частности, переработка растительной продукции. KIADB находится в Хассане, штат Карнатака.
- **KINFRA Food Processing Parks** — в число резидентов входят компании, занимающиеся переработкой кокосов, производством растительных масел, мороженого и хлебобулочных изделий. Наряду с несколькими другими промышленными парками, специализирующимися на АПК, KINFRA расположена недалеко от Кожикодде в штате Керала.

Также стоит рассмотреть вариант размещения в многопрофильных ОЭЗ Индии:

- **Kandla Special Economic Zone** расположена в штате Гуджарат в 9 км от порта Кандла. Считается крупнейшей в Индии многопрофильной функциональной ОЭЗ.
- **Cochin Special Economic Zone** расположена в штате Керала на юго-западе Индии. Поблизости находится Kochi International Container Transshipment Terminal (Vallarpadam Terminal) — первый индийский терминал по перевалке и первый контейнерный терминал для работы в ОЭЗ с прямым морским доступом к важнейшим рынкам мира, что делает его важным транспортным хабом Южной Азии.
- **Madras Export Processing Zone** расположена в 6 км к югу от международного аэропорта Ченнаи.
- **Visakhapatnam Special Economic Zone** расположена в 20 км от Вишакхпатнама.
- **Falta Special Economic Zone** расположена в 55 км от центра Колкаты. Наряду с целым рядом отраслей, в ОЭЗ размещены предприятия пищевой промышленности, преимущественно производители чая.
- **Sri City** расположена в 55 км к северу от Ченнаи. Многопродуктовая ОЭЗ включает зону внутренних тарифов, зону свободной торговли и складирования, кластер производителей электроники.

Отдельным вариантом является размещение производств в зонах свободной торговли и складирования (Free Trade Warehousing Zone, FTWZ). Они ориентированы на торговую и складскую деятельность, считаются иностранной территорией с точки зрения правил торговли и тарифов. В FTWZ разрешен беспошлинный ввоз всех товаров (кроме запрещенных) для складирования, перепродажи или реэкспорта. Примером ОЭЗ данного типа может служить AMRL, расположенная на юге Индии на побережье Индийского океана вблизи международного аэропорта Тируванантапурама. Промышленная зона AMPL расположена рядом с зоной внутренних тарифов и FTWZ, куда грузы могут поставаться непосредственно из портов без таможенной оценки и уплаты пошлин. Кроме того, возможно беспошлинное хранение товаров в течение двух лет.

Еще одним примером FTWZ являются проекты, развиваемые частными компаниями. К примеру, Arshiya International Limited управляет двумя FTWZ:

- Panvel на окраине Мумбаи в 24 км от главного торгового порта Нава-Шева (Джавахарлал Неру Порт). Удобна для грузовых перевозок в западном направлении;
- Khurja примерно в 80 км от Нью-Дели. Является частью мегалогистического хаба, включающего железнодорожный узел, распределительный хаб и контейнерный терминал.

Chennai FTWZ (J Matadee FTZ) расположена в городе Сриперумбудур в штате Тамилнад менее чем в 30 км от Ченнаи и международного аэропорта. Зона располагает обширной застроенной площадью, которую арендуют мультинациональные компании.

Компания Dutyfree Warehouses развивает FTWZ в трех ОЭЗ: Kandla SEZ и Mundra SEZ (штат Гуджарат) и Noida SEZ (Нью-Дели). Предоставляются специализированные помещения для хранения продукции осуществляются погрузо-разгрузочные работы, таможенное оформление, логистика, переупаковка и т.д. Склады имеют выход к автомобильным и железнодорожным магистралям.

Serama FTWZ принадлежит Serama Logistics, крупному поставщику логистических услуг в Индии. Компания обеспечивает складирование, экспедирование, мультимодальные перевозки, внутрипроизводственную логистику, таможенное оформление и т.д. Штаб-квартира Serama Logistics расположена в Ченнаи, а филиалы компании — в ряде регионов.

Локализация производства в индийских ОЭЗ, специализирующихся на развитии агропромышленного комплекса и/или экспорта, может представлять интерес для российских производителей в качестве площадки для выхода как на индийский рынок, так и на рынки сопредельных стран. Участие Индии в Южноазиатской зоне свободной торговли (South Asian Free Trade Area, SAFTA) наряду с Пакистаном и Бангладеш, а также наличие преференциальных таможенных условий для поставки мяса птицы в страны АСЕАН (крупнейшие участники — Индонезия, Филиппины, Вьетнам, Таиланд) открывает российским производителям мяса птицы, работающим в индийских ОЭЗ, доступ к динамично растущему рынку с совокупным населением свыше 2 млрд человек.

Компания, желающая стать резидентом одной из особых экономических зон в Индии, должна подать заявление по установленной форме (форма F) в пяти экземплярах в Администрацию соответствующей ОЭЗ, с копией для девелопера. Пакет документов для подачи заявки также включает¹¹:

¹¹ <https://fsez.gov.in/procedure-to-set-up-a-unit.php>

- обратный переводной вексель (crossed demand draft) на сумму 10 тыс. индийских рупий, выписанный на имя представителя Министерства торговли и промышленности (в Мумбаи);
- копию свидетельства о регистрации бизнеса (с уставом и меморандумом компании или договором о партнерстве в случае партнерской фирмы);
- подтверждение места жительства владельца/партнеров/директоров;
- налоговую декларацию собственника или партнеров за последние три года (заверенную финансовую отчетность, если собственником компании является юридическое лицо);
- краткий отчет о проекте с описанием опыта промоутеров / маркетинговых связей / источников финансирования и пр.

Условия открытия бизнеса в индийских ОЭЗ существенно варьируются в зависимости от штата¹². Регистрация компании в среднем занимает 2–3 месяца, открытие счета в индийском банке — до 4 недель. Стоимость аренды промышленных помещений может отличаться в разы и достигать 18 тыс. долл. США за 1 000 м² в год.



¹² <https://www.healyconsultants.com/india-company-registration/free-zones>

Особенности ведения бизнеса



8



Индия — страна с удивительно яркой, древней и разнообразной культурой. Это динамично развивающийся рынок, который открывает большие возможности для ведения бизнеса. При планировании работы в Индии важно учитывать особенности деловой культуры и бизнес-этики конкретного региона, штата или города, так как различия могут быть существенными. Например, на севере страны важную роль играют статус и внешнее проявление зажиточности, в то время как на юге люди склонны преуменьшать свое богатство и в целом вести себя достаточно скромно.

Основной религией в Индии является индуизм, который исповедует 80% жителей страны. Больше всего мусульман проживает в штатах Кашмир, Ассам, Западная Бенгалия, Керала, Бихар и Уттар-Прадеш. Сикхизм распространен в Пенджабе, Харьяне и северо-западной части страны. Христианство преобладает в Южной Индии, в частности, в штате Гоа, который является бывшей португальской колонией.

В Индии строго соблюдаются иерархия и кастовая система. Существуют правила взаимодействия между разными уровнями управления. Большое значение в индийской деловой культуре придается личным отношениям. Представление нового бизнес-партнера через общего знакомого обеспечит более высокий уровень доверия и расположения. Развиваются отношения неспешно, но именно благодаря этому создается крепкий деловой союз.

Планирование встречи

Чтобы встречи с индийскими партнерами проходили своевременно, рекомендуется учитывать многочисленные национальные и региональные праздники. Поэтому договариваться следует как минимум за месяц и предварительно неоднократно подтверждать проведение встречи.

В Индии не принято придерживаться строгого графика, поэтому начало встречи часто может задерживаться. Тем не менее, если деловые партнеры придут на встречу вовремя, индийские коллеги непременно оценят пунктуальность.

Этикет приветствия

Традиционное индийское приветствие — жест «намасте» (сложенные перед грудью ладони) с небольшим поклоном головы. В деловом мире широко распространено привычное рукопожатие между мужчинами, однако у женщин оно встречается реже. При обращении принято предварять фамилию собеседника его титулами и званиями (особенно учеными степенями).

Среди мусульман при приветствии и знакомстве принято жать руки. Первым всегда приветствуют хозяина или старшего по возрасту. Следует помнить, что левая рука считается «нечистой». Поэтому для рукопожатия, обмена визитными карточками и других действий следует использовать исключительно правую руку. Этим вы подчеркиваете свои добрые намерения.

Стиль одежды

У мужчин предпочтение отдается классическому костюму. Исключением является ИТ-сфера, где принят более свободный дресс-код. В самых жарких районах страны допускается ходить без пиджака, в брюках и рубашке. Галстук преимущественно носят банкиры, юристы, а также в случаях, когда он является частью униформы. Женщины выбирают элегантную закрытую одежду, обязательно закрывающую плечи — сакральную часть тела в индуистской культуре.

Подарки

При встрече с деловыми партнерами в Индии принято дарить небольшие подарки. Это могут быть национальные сувениры. Стоит обратить внимание на цвет упаковки: красный, зеленый, желтый, голубой символизируют удачу, а черный и белый — несчастье. Подарки обычно смотрят дома. Хорошим тоном считается позвонить деловому партнеру и поблагодарить за презент. Категорически нельзя дарить изделия из кожи крупного рогатого скота, так как корова считается священным животным.

Если ваши партнеры — мусульмане, то стоит помнить, что правила ислама запрещают дарить алкоголь, свинину или ножи, которые могут быть истолкованы неоднозначно. Нельзя также дарить художественные изображения живых существ, например скульптуру человека или животного, картины или фотографии с изображением человеческого тела.

Визитные карточки

Визитными карточками обычно обмениваются после приветствия и рукопожатия. Визитку следует взять правой рукой (левая считается «нечистой») и внимательно прочитать. На карточке рекомендуется указать свою ученую степень. Информация может быть на английском, который является в Индии общепринятым языком делового общения (на нем говорит большинство жителей страны).

Деловое общение

Деловая встреча обычно начинается с разговоров на отвлеченные темы, что располагает к более непринужденному знакомству. Это необходимая часть переговоров, к которой стоит проявить терпение и уважение. Индийские бизнесмены привыкли тщательно и неспешно обдумывать и просчитывать свои решения. Порой решения принимаются небыстро, основываются на доверии и интуиции.

Бизнес в Индии рассматривают в продолжительной перспективе и ожидают от деловых партнеров выполнения долгосрочных обязательств.

На совещании сначала обращаются к руководителям высшего звена, так как необходимо соблюдать иерархию. Переговоры могут прерываться телефонными звонками, даже переноситься на другой день. К этому надо относиться с пониманием, без раздражения.

Во время встречи обращайтесь внимание на жестикуляцию, поскольку индийские коллеги могут вести себя уклончиво, уходить от прямого ответа или отказа. Следует избегать агрессивных поз, таких как «руки на бедрах» или «руки, скрещенные на груди».

Бизнес-встречи иногда проводят в ресторанах. Во время делового обеда или ужина самые важные участники сидят по центру стола, остальные располагаются по обе стороны от них (чем ниже степень влияния, тем дальше от центра стола). Такие обеды не принято использовать для принятия коммерческих решений, поэтому говорить о бизнесе следует только в случае, если это предложит индийская сторона. В процессе еды рекомендуется пользоваться правой, а не левой рукой.

При планировании деловых поездок в Индию нужно учитывать государственные праздники и нерабочие праздничные дни в разных штатах.

Табл. 14. Государственные праздники Индии в 2023 г.

Праздник	Дата
День Республики	26 января
День независимости	15 августа
День рождения Махатмы Ганди	2 октября
Рождество	25 декабря

Кроме государственных, в Индии есть несколько религиозных праздников, оказывающих влияние на потребление мяса птицы.

Табл. 15. Религиозные праздники Индии в 2023 г.

Праздник	Даты	Описание
Индуистские праздники		
Ганеша-чатуртхи	Август – сентябрь (длится 10 дней)	Праздник, посвященный Ганеше, индийскому богу с головой слона. Ганеша считают богом мудрости, изобилия и удачи, который устраняет своим хоботом препятствия на пути к успеху

Продолжение табл. 15.

Праздник	Даты	Описание
Дуссехра (Дурга-пуджа)	Осень (длится 4 дня)	Индуистский праздник поклонения богине Дурге. Дурга-пуджа особенно широко празднуется в индийских штатах Западная Бенгалия, Ассам, Джаркханд, Орисса и Трипура, где все четыре дня праздника — официальные праздничные дни
Дивали	19–24 октября (длится 6 дней)	Дивали отмечается как «Фестиваль Огней» и символизирует победу добра над злом. В знак этой победы повсеместно зажигаются свечи и фонарики
Санкранти (Понгал)	14–15 января (длится 2 дня)	Индуистский праздник, посвященный солнечному божеству Сурье. Единственный праздник в индуизме, основанный на солнечном календаре, а не на лунном. Во время этого празднества принято принимать омовение в Ганге или других священных реках и поклоняться богу Солнца, предлагая ему первые плоды собранного урожая
Холи	Конец февраля – начало марта (длится 2–3 дня)	Фестиваль красок — ежегодный индуистский фестиваль весны. В первый день фестиваля, ближе к ночи, разводится костер для сожжения огромного чучела или украшенного дерева, символизирующего сожжение Холики, а также проводятся прогон скота через огонь и хождение по углям. На второй и третий день участники праздника устраивают шествие до наступления сумерек, осыпая друг друга цветным порошком, поливая подкрашенной водой и грязью
Угади	Март – апрель (длится 1 день)	Праздник Нового года, отмечаемый жителями Карнатаки и Андхра-Прадеш. Народы каннара и телугу отмечают Угади с большим размахом. День начинается с ритуального омовения и молитв. Следующим элементом празднования является принятие в пищу особой смеси из шести продуктов, каждый из которых представляет один из вкусов (сладкий, горький и пр.): цветов дерева ним, зеленых манго, сока из тамаринда, красного перца, сахарной воды со спелыми бананами и соли. Частью празднования Угади являются культурные программы, в ходе которых организуются литературные дискуссии, проводится декламация поэзии и даются премии писателям и поэтам. Вечером проходят концерты карнатической музыки и танцев

Продолжение табл. 15.

Праздник	Даты	Описание
Мусульманские праздники		
Ид аль-Фитр (Ураза-Байрам)	Каждый год в разное время в зависимости от лунного календаря	Праздник прекращения поста Рамадан. В день праздника мусульмане совершают праздничную ритуальную молитву, надевают лучшую одежду, готовят традиционные блюда, а после праздничной молитвы накрывают праздничные столы, приглашают в гости соседей, родственников и друзей, совершают ответные гостевые визиты с подарками, радуются и веселятся
Ид аль-Атха (Курбан-Байрам, Праздник жертвоприношения)	Отмечается через 70 дней после праздника Ид аль-Фитр (Ураза-Байрам)	Приносится в жертву баран, затем верующим необходимо отвесть разнообразные изысканные мясные блюда, которые готовятся в соответствии с местными вкусами, с использованием различных специй и ароматизаторов. Большое внимание уделяется праздничному оформлению стола, а также приготовлению многочисленных сладостей. Близким друзьям и родственникам в дни праздника стараются сделать подарки. В последующие после праздника дни обычно наносят визиты родным и близким, так как посещение в дни праздника жертвоприношения считается благословенным и желательным
Мухаррам	Каждый год в разное время в зависимости от лунного календаря	Первый месяц мусульманского календаря, в который рекомендуется поститься
Рамадан	Каждый год в разное время в зависимости от лунного календаря	Месяц обязательного для мусульман поста. В течение месяца правоверные мусульмане в дневное время отказываются от приема пищи, питья и курения. Пост начинается с начала рассвета и заканчивается после захода солнца

Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Политические и торгово-экономические отношения

Индия — один из ключевых торговых партнеров России в регионе. Страны связывает многолетняя история плодотворного сотрудничества и дружеских взаимоотношений. По итогам 2021 г. общий товарно-экономический оборот составил 13,5 млрд долл. США, ожидается дальнейшее увеличение объемов взаимной торговли.

Расширение торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества является приоритетом для продвижения стратегического партнерства между странами и наращивания двустороннего товарооборота до 30 млрд долл. США к 2025 г.

Потенциал увеличения емкости рынка

Индия — одна из крупнейших стран по численности населения, которая с каждым годом становится все привлекательнее для экспортеров продовольствия. Положительная демографическая динамика сопровождается ростом уровня благосостояния, что в перспективе будет способствовать дальнейшему увеличению объемов потребления.

Потребление мяса птицы в Индии пока находится на крайне низком уровне — всего 3,0 кг на человека (в 2022 г.). При текущих объемах потребления индийские производители способны целиком удовлетворить внутренние потребности населения. Однако высокие темпы увеличения доходов, вероятно, приведут к опережающему росту спроса на мясо, который сможет быть обеспечен лишь за счет импорта. В таком случае для российских производителей откроется возможность входа на рынок с огромным потенциалом развития и целым рядом перспективных ниш.

Культурные особенности

Несмотря на то, что значительная часть населения Индии воздерживается от потребления мяса, полных запретов на его использование в большинстве религиозных направлений нет. Индуисты не употребляют в пищу говядину, мусульмане не едят свинину, однако потребление других видов мяса во многом ограничено уровнем благосостояния. В данных условиях мясо птицы выступает не только своеобразным «компромиссом» религиозных пищевых традиций, но и обладает наибольшим потенциалом увеличения объемов потребления как самый доступный источник животного белка.

Вызовы для местного производства

Хотя объемы производства мяса птицы в Индии полностью удовлетворяют внутренний спрос, перспективы его дальнейшего увеличения могут быть ограничены вспышками птичьего гриппа и ростом цен на кормовые культуры (кукурузу и сою). В случае, если местные производители не смогут наращивать объемы выпуска в соответствии с темпами развития внутреннего рынка, для производителей из других стран откроются возможности организации поставок мяса птицы в страну.

9.2. Риски

Конкуренция на внутреннем рынке

Птицеводческая отрасль в Индии целиком обеспечивает внутренние потребности. Крупнейшие производители выстроили в стране устойчивые производственные цепочки, интегрировав все стадии производства — от селекции и кормов до готовых изделий из мяса птицы. В условиях концентрации птицеводства в рамках ряда предприятий, полностью закрывающих большую часть ниш на внутреннем рынке, потенциальные поставщики из других стран могут столкнуться с жесткой конкуренцией и ограниченными возможностями сбыта.

Низкое удельное потребление

Объемы потребления мяса в Индии остаются существенно ниже рациональных норм, что не в последнюю очередь обусловлено уровнем благосостояния и потребительскими привычками разных групп населения. Даже быстрая трансформация потребительской модели и переход на животные источники белка не позволят в краткосрочной перспективе поднять спрос на мясо до уровня стран со средним и высоким уровнем дохода. Реализация экспортного потенциала на рынке мяса птицы в Индии потребует выстраивания долгосрочной стратегии и постоянного поиска перспективных ниш.

Меры государственной поддержки национальных производителей

В Индии развитию птицеводства уделяется особое внимание. В частности, Национальный план производства яиц и мяса птицы (National Action Plan for Egg & Poultry–2022) предусматривает широкую государственную поддержку в обеспечении производителей инфраструктурой, кормами, селекционным материалом, возможностями сбыта продукции и пр. В условиях активной помощи индийские птицеводы оказываются вполне конкурентоспособными на внутреннем рынке, что осложняет доступ на него экспортеров.

Тарифная политика

Несмотря на то, что крупнейшие мировые игроки (в том числе и Россия) на рынке мяса птицы Индии не имеют торговых преференций, крайне высокие тарифные барьеры (на тушки кур ставка РНБ составляет 30%, на части и субпродукты — 100%) снижают привлекательность страны как направления сбыта мяса птицы. Среди четырех ключевых поставщиков в 2021 г. США и Бразилия экспортировали мясо птицы в страну по ставке РНБ, тогда как Малайзия и Таиланд пользовались таможенными преференциями. Российские производители при текущей торговой политике не имеют в Индии никаких тарифных преимуществ перед ключевыми конкурентами.

Отсутствие у российских производителей доступа на рынок

Переговоры между Россией и Индией об организации поставок мяса птицы ведутся на протяжении уже нескольких лет. Однако рынок страны остается для российских производителей фактически закрытым. Даже в случае всех необходимых межгосударственных договоренностей в краткосрочной перспективе начало поставок мяса птицы в Индию потребует значительных издержек на исследование рынка, поиск потенциальных партнеров и организацию логистических цепочек.

Премиальные виды мяса птицы

Российские птицеводы способны предложить высококачественную продукцию, которая на рынке Индии может считаться премиальной и ориентированной на обеспеченные группы потребителей. Тем не менее нишу дорогостоящих продуктов из мяса птицы занимают местные породы кур (*desi birds*), производимые на семейных фермах и ценимые потребителями за качество. Для успешной конкуренции с ними потенциальным экспортерам потребуется потратить значительные ресурсы на формирование и продвижение бренда на рынке Индии.

Карта действий экспортера



10



Этап I — Подготовка к экспорту

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

Этап II — Действия на территории России

- 1) Регистрация предприятия в [ИС «Цербер»](#) в качестве экспортера мяса птицы в Индию.
- 2) Получение [разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации](#) на вывоз продукции с территории России.
- 3) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт мяса птицы в Индию.
- 4) Оформление Россельхознадзором международного ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Индии.

Этап III — Таможенное оформление экспорта

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

По итогам этапа III осуществляется вывоз продукции с территории России.

Полезные контакты

Обращение в АО «Российский Экспортный Центр»:

- Цифровая платформа «Мой Экспорт»: <https://myexport.exportcenter.ru>;
- Регистрация на портале: <https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1>;
- База знаний: https://www.exportcenter.ru/international_markets/export;
- Знакомство с перечнем услуг (кредитно-гарантийная поддержка, страхование, продвижение на внешние рынки, специальные программы по поддержке экспорта и др.): <https://www.exportcenter.ru/services>;
- Партнерские предложения: <https://clck.ru/34K4BK>.

Запрос на поддержку экспортера в Минпромторг России:

https://minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export.

Подача заявки на проект в Торгпредство России в Индии:

<https://ind.minpromtorg.gov.ru>.

Контактная информация





Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Chenab Impex	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: J-1A, Ansa Industrial Estate, Saki Vihar Road, Sakinaka, Andheri (East), Mumbai Maharashtra Тел.: +91 22 4079 5800,+91 22 2847 8880 E-mail: sales@chenabimpex.com Сайт: www.chenabimpex.com
Fortune Gourmet Specialities	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: 107, Adhyaru Ind. Est. Sun Mill Compound, Lower Parel (W), Mumbai, Maharashtra Тел.: +91 22 4366 4444 E-mail: admin@fortunegourmet.com Сайт: https://fortunegourmet.com
Jl Foods	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: North Avenue Road, Lane No. 12, Opp. Jogger's Park, Kalyani Nagar, Pune Тел.: +91 20 4147 2000 E-mail: info@jifoods.in Сайт: https://jifoods.in
MK Impex	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: Banjara Avenue 07, Road No. 1, Banjara Hills, Hyderabad Тел.: +91 402 332 0786 E-mail: mkimpex9@gmail.com
Primo Foods	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: Plot 274, Sector 6, IMT Manesar, Haryana Тел.: +91 124 401 9074 E-mail: info@lacarnecuts.com Сайт: www.primofoodsindia.com
Siganporia Bros	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Тел.: +91 222 344 5819 E-mail: info@siganporiabros.com Сайт: www.siganporiabros.com
Sweet Stuff	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: I/139 North Bombay Society, Juhu Tara road, Mumbai Тел.: +91 981 913 6758 E-mail: info@sweetstuff.in Сайт: https://sweetstuff.in
Big Bazaar	Розничная торговля	E-mail: priya@futuregroup.in Сайт: https://bigbazaaronlineshopping.in
DMart	Розничная торговля	E-mail: suggestion@dmartindia.com Сайт: https://www.dmartindia.com
Star Bazaar	Розничная торговля	Адрес: Sewri – Chembur Road, Near Imax Dome Theatre, Wadala, Mumbai, Maharashtra Тел.: +91 902 900 22 33 Сайт: https://starbazaarindia.com

Компания	Профиль	Контактная информация
Big Basket	Электронная коммерция	Сайт: https://bbvendorconnect.saturam.com
Flipkart	Электронная коммерция	Сайт: https://seller.flipkart.com
JioMart	Электронная коммерция	Сайт: https://merchant.jiomart.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
<p>Министерство сельского хозяйства и поддержки фермеров</p> <p>Ministry of Agriculture & Farmers Welfare</p>	<p>Адрес: NCUI Auditorium Building, Hauz Khas, New Delhi</p> <p>Тел.: +91 11 23383370</p> <p>E-mail: jspp-dac@gov.in</p> <p>Сайт: https://agricoop.nic.in/en</p>
<p>Управление по безопасности и стандартам пищевой продукции Индии</p> <p>Food Safety and Standards Authority of India</p>	<p>Адрес: FDA Bhavan, Kotla Road New Delhi</p> <p>Тел.: +91 11 23220991/92</p> <p>E-mail: helpdesk-foscoc@fssai.gov.in; chairperson@fssai.gov.in</p> <p>Сайт: www.fssai.gov.in</p>
<p>Главное управление внешней торговли</p> <p>Directorate General of Foreign Trade</p>	<p>Адрес: Bhawan, H-wing, Gate No-02, Maulana Azad Road, New Delhi</p> <p>Тел.: +91 1800 111 550</p> <p>E-mail: dgftedi@nic.in</p> <p>Сайт: www.dgft.gov.in</p>
<p>Управление Главного контролера патентов, промышленных образцов и товарных знаков</p> <p>The Office of the Controller General of Patents, Designs & Trade Marks</p>	<p>Адрес: Boudhik Sampada Bhavan, Antop Hill, S.M. Road, Mumbai</p> <p>Тел.: +91 022 2413 2735</p> <p>E-mail: caaie@agri.gov.cn</p> <p>Сайт: https://ipindia.gov.in/index.htm</p>
<p>Агентство по продвижению и поддержке инвестиций</p> <p>Investment Promotion and Facilitation Agency</p>	<p>Адрес: Vigyan Bhavan Annexe, Maulana Azad Road, New Delhi</p> <p>Тел.: +91 11 2304 8155</p> <p>E-mail: contact@investindia.org.in</p> <p>Сайт: www.investindia.gov.in</p>
<p>Продовольственная корпорация Индии</p> <p>Food Corporation of India</p>	<p>Адрес: 16-20 Khadhya Sadan, Barakhamba Road, Delhi</p> <p>Тел.: +91 11 4352 7462</p> <p>Сайт: www.fci.gov.in</p>

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12



Программа льготного кредитования

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

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

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для финансирования капитальных затрат на строительство, реконструкцию, модернизацию 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 льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков.

Предоставляется единовременная скидка при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.











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

Компетентные органы: Минсельхоз России

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация 25% затрат на транспортировку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта (за исключением воздушного). 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
 -  спирт, алкогольные и безалкогольные напитки
 -  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 напитки
 -  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

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

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

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах в Китае (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хошимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул), Саудовской Аравии (г. Эр-Рияд).

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 бизнеса — 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 в целях поддержки мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение продукции и услуг на внешние рынки.

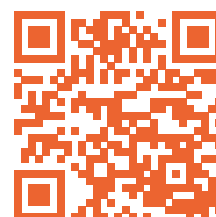
Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

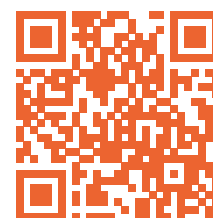
Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

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



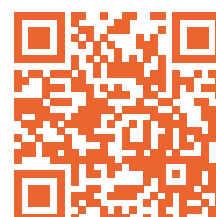
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



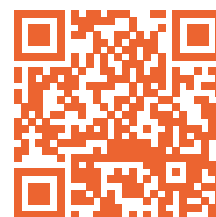
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



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



[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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



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



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

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

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

