



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации

 АГРОЭКСПОРТ



приоритет2030<sup>+</sup>  
Лидерами становятся

# Особенности осуществления экспорта продукции АПК в страны ССАГПЗ (на примере ОАЭ): перспективные товарные категории, особенности работы на рынке, успешные стратегии выхода на рынок

**Терехин Андрей Николаевич**  
Торговый представитель Российской  
Федерации в Объединенных  
Арабских Эмиратах



# В регионе ССАГПЗ, на Королевство Саудовская Аравия и Объединенные Арабские Эмираты приходится 77% импорта продукции АПК

## Страны ССАГПЗ для развития экспорта



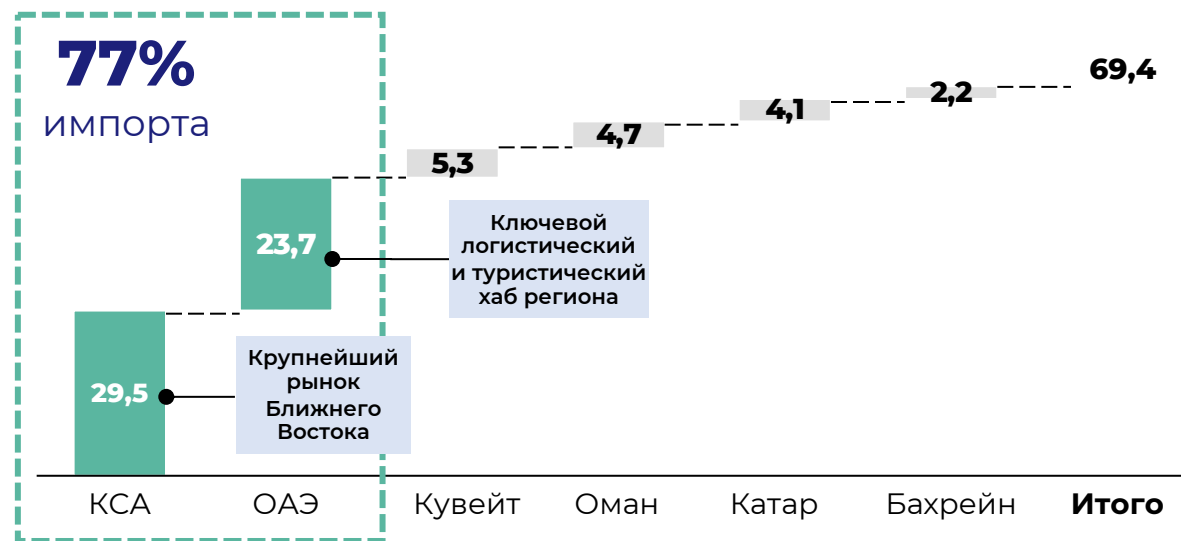
## Ключевые макроэкономические показатели

	КСА	ОАЭ
Население, млн чел.	32,2	9,9
ВВП, в млрд долл. США	1 108	507
ВВП на душу населения по ППС, в тыс. долл. США	67	85

Во всех целевых странах, за исключением Бахрейна присутствуют атташе Министерства сельского хозяйства России

## Целевые страны имеют значительный объем закупок импортной продукции АПК

Импорт товаров АПК в страны ССАГПЗ, 2022, млрд долл. США



## Региональные мегатренды

**Религия** оказывает значительное влияние на все аспекты жизни в том числе и на потребительские предпочтения (пример: **запреты на употребление свинины и алкогольной продукции**)

**Население:** регион ССАГПЗ – один из **самых быстрорастущих** со среднегодовым **темпом роста 1,5%** за период 2018-2022, более 60% населения ССАГПЗ младше 30 лет

**Доля экспатов в странах ССАГПЗ достигла 55%** в 2022 г., с самыми высокими показателями в Катаре (88-91%) и ОАЭ (89%). Благодаря этому фактору в регионе **растет спрос на импортную продукцию и зарубежные тренды**

**Слабый частный сектор** и архаичные протекционистские нормы **влияют на задержку масштабных цифровых изменений**, несмотря на молодое, технически подкованное население (Так доля онлайн продаж – 2,8%, по сравнению с 10-15% на развитых рынках)



# В КСА сосредоточены основные производственные мощности региона, тогда как ОАЭ и Катар в большей степени зависят от импорта

Баланс спроса и предложения по продуктовым категориям в целевых странах ССАГПЗ, млн тонн



## ОАЭ

4,5 млн тонн

ОАЭ – крупнейший импортер мясной и молочной продукции в регионе



## КСА

12,6 млн тонн

В КСА сосредоточены основные производственные мощности региона



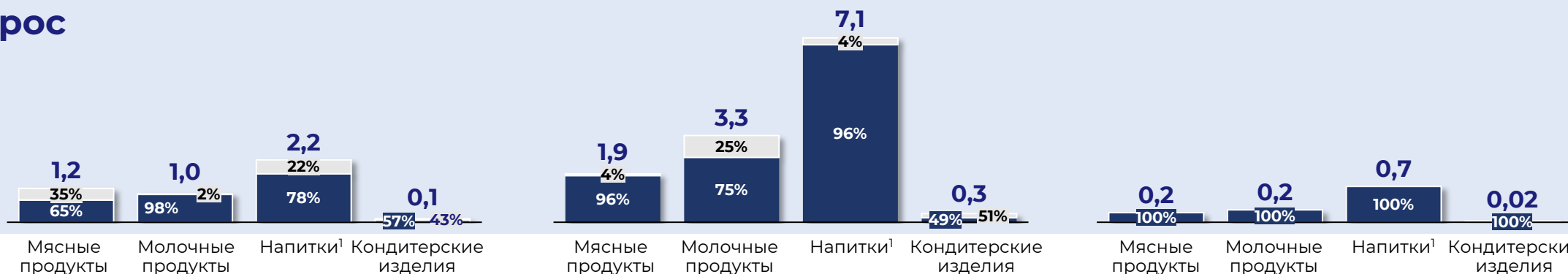
## Катар

1,1 млн тонн

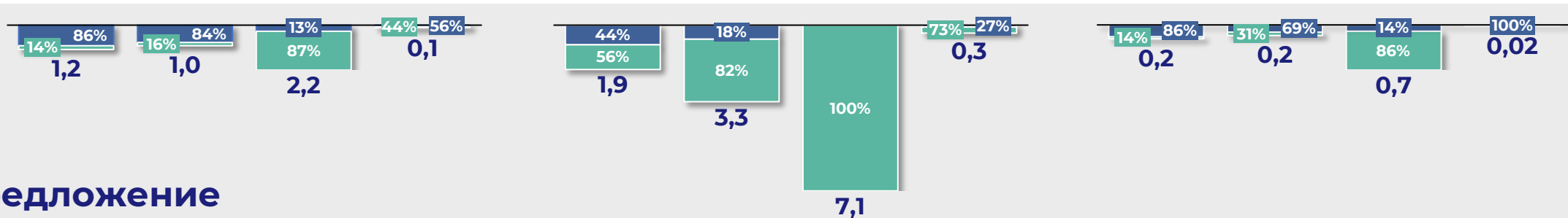
Катар зависим от импорта мясной, молочной и кондитерской продукции

■ Экспорт ■ Внутреннее потребление ■ Импорт ■ Локальное производство

### Спрос



### Предложение



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации

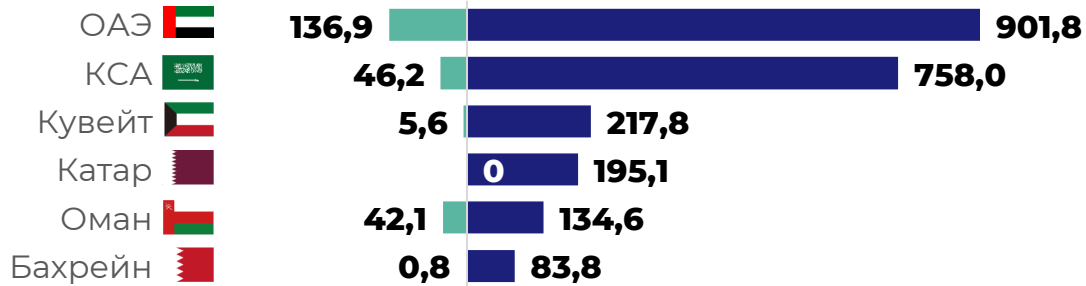


приоритет2030<sup>^</sup>  
лидерами становятся

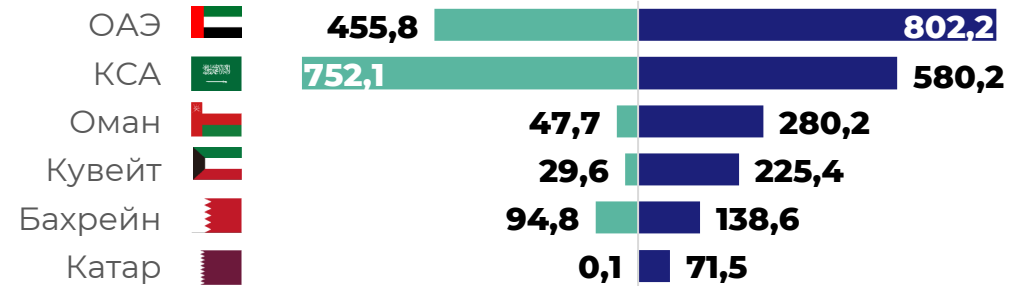
# Страны ССАГПЗ зависимы от импорта мяса и субпродуктов. Кувейт, Оман, Катар и Бахрейн зависимы от импорта молочной продукции, напитков и кондитерских изделий



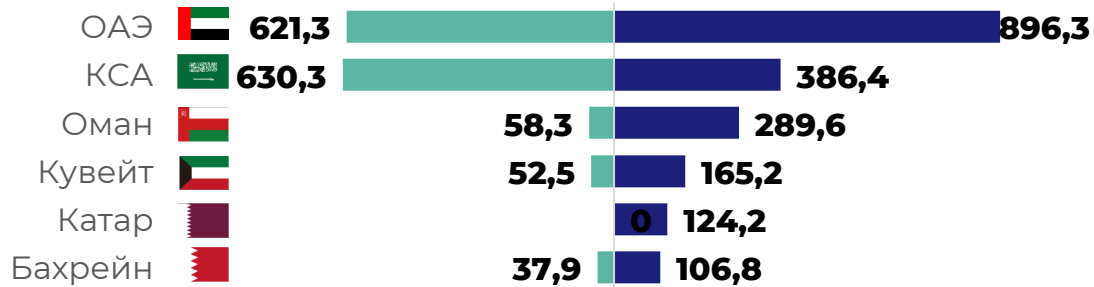
## Мясо и субпродукты



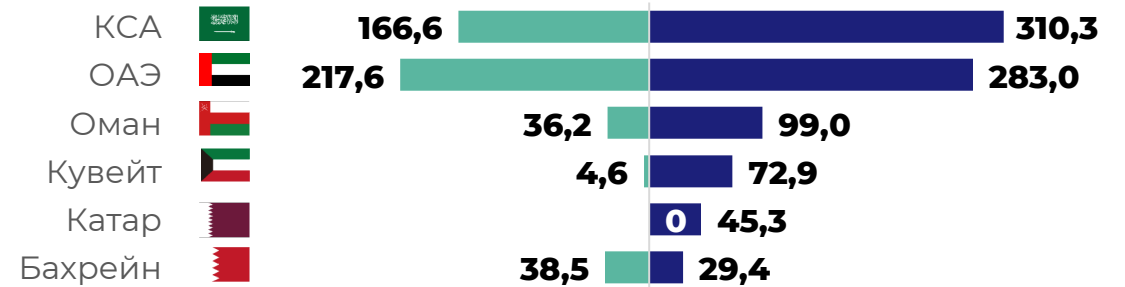
## Молочная продукция



## Напитки



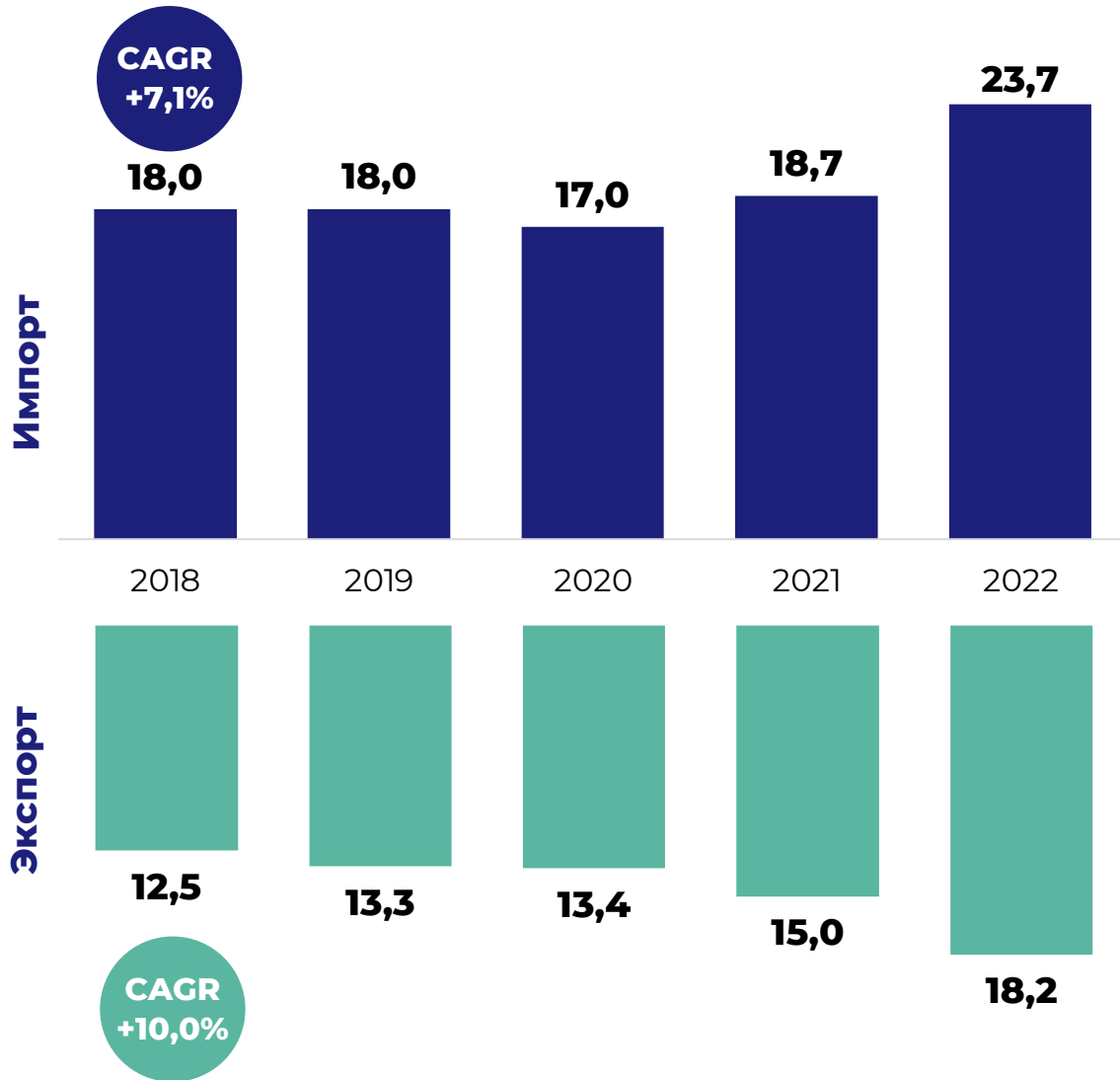
## Кондитерские изделия



■ Экспорт, тыс. тонн
 ■ Импорт, тыс. тонн



# ОАЭ имеет крупнейший товарооборот внешней торговли продукцией АПК в ССАГПЗ, который составляет 41,9 млрд долл. в 2022 г., при этом страна остается нетто-импортером



## Топ-10, 2022 г., млрд долл. США

### продукты

Мясо птицы	1,3
Говядина	0,9
Семена рапса	0,9
Молоко сухое цельное (СЦМ)	0,7
Сигары и сигареты	0,7
Мучные кондитерские	0,7
Пшеница	0,6
Сахар	0,6
Рис	0,5
Шоколадные кондитерские	0,5

### страны

Индия	2,5
Бразилия	2,1
Австралия	1,7
США	1,5
Саудовская Аравия	1,0
Китай	0,8
Франция	0,8
Канада	0,6
Новая Зеландия	0,6
Нидерланды	0,6

### продукты

Сигары и сигареты	5,1
Молоко сухое цельное (СЦМ)	0,7
Масло рапсовое	0,6
Табак курительный	0,6
Сахар	0,5
Шоколадные кондитерские	0,5
Мучные кондитерские	0,5
Чай	0,4
Миндаль	0,3
Финики	0,3

### страны

Саудовская Аравия	2,0
Ирак	1,7
Оман	1,5
Иран	1,4
Сомали	0,9
Кувейт	0,8
Китай	0,7
Йемен	0,6
Ливия	0,5
Афганистан	0,5



# Значительная доля рынка готовой продукции ОАЭ приходится на импортные товары, также есть местные дочерние предприятия иностранных компаний и крупные региональные игроки

## Международные иностранные компании

Имеют локализованное производство



- **Штаб-квартира и R&D** в США, Швейцарии, Великобритании, Индии, Бразилии и других странах
- **Производство** расположено в других странах мира, где выгоднее производить и экспортировать
- **Продажа** в ОАЭ и других странах региона, в том числе входящих в межгосударственные объединения (например, Лига арабских государств, ССАГПЗ)

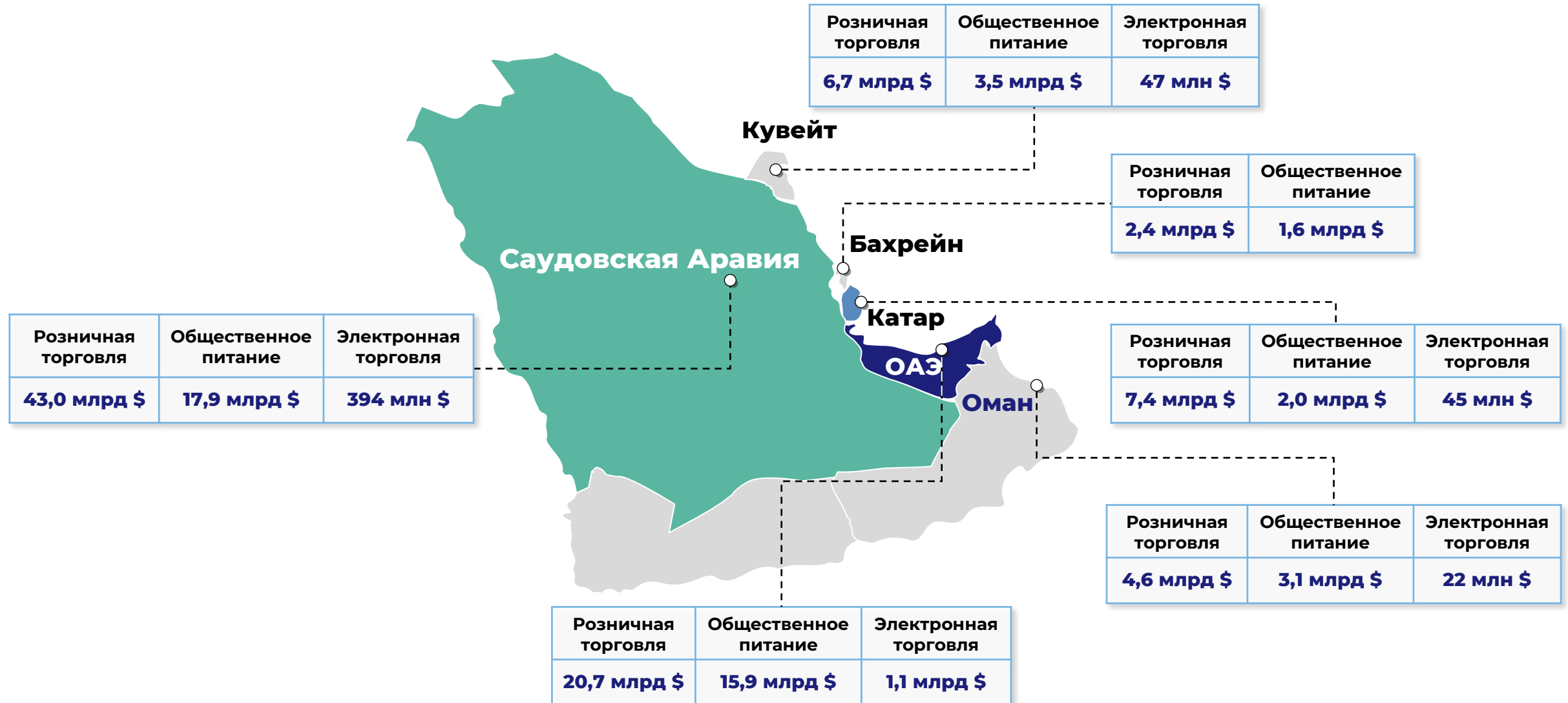
## Локальные / региональные производители



- **Штаб-квартира, R&D и производство** в ОАЭ, КСА и других странах Персидского залива
- **Импорт** ингредиентов
- **Продажа** в стране производства и других странах региона, в том числе входящих в межгосударственные объединения (например, Лига арабских государств, ССАГПЗ)

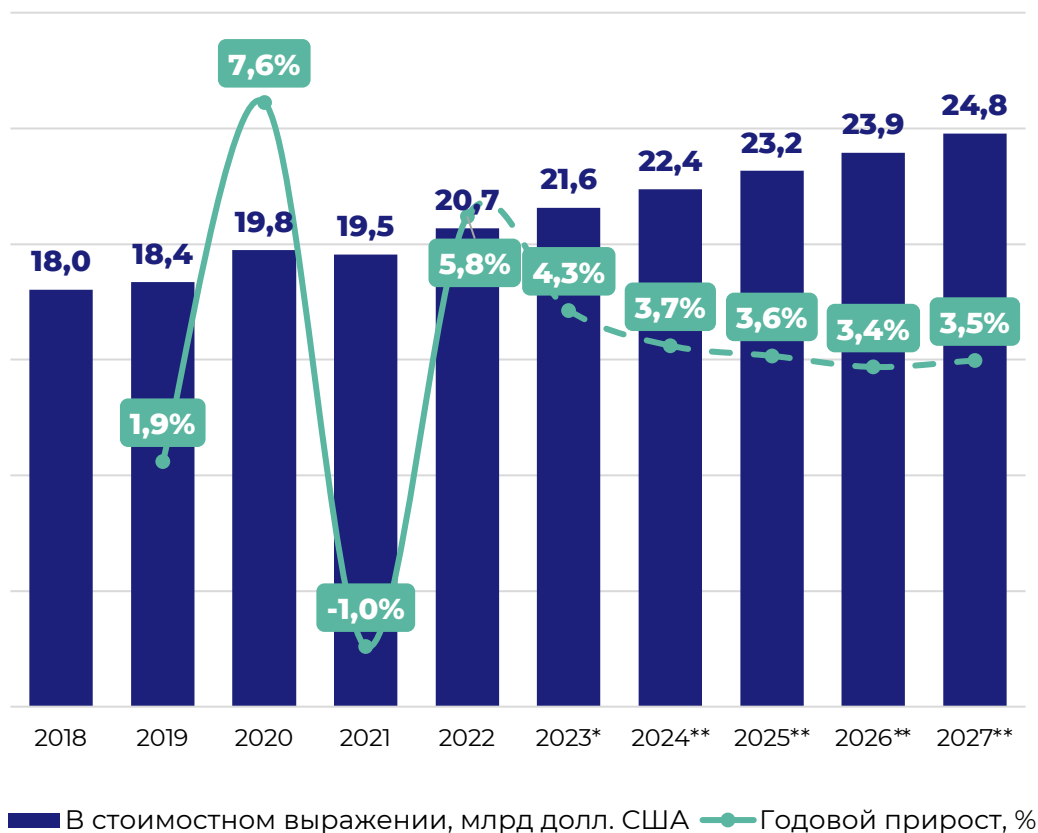


# ОАЭ являются первыми в регионе по объему электронной торговли продукцией АПК и вторыми в остальных каналах продаж



# Рынок розничной торговли продуктами питания и напитками в ОАЭ растет со среднегодовым темпом в 3,5%, а его доля в странах ССАГПЗ составляет порядка 24%

Динамика продаж продукции АПК в секторе розничной торговли ОАЭ, 2018-2027 гг.



Примечание: \*оценка, \*\*прогноз



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации



приоритет2030<sup>+</sup>  
лидерами становятся

## Ключевые тренды

### 1 Увеличение спроса на полезные продукты

Главным трендом, влияющим на розничный сектор ОАЭ, является смещение потребительских предпочтений в сторону товаров для ведения ЗОЖ, ввиду обеспокоенности потребителей о своем здоровье, что значительно увеличивает спрос на такие продукты, как «есо», «органика», «без сахара и глютена», «без ГМО». Практически все современные сети отводят большие отделы под эти товары.

### 4 Цифровизация розничной торговли

Все большее число ритейлеров внедряют Face Pay (биометрическая аутентификация платежей с использованием распознавания лиц), а также используют ИИ для оптимизации оформления и доставки онлайн заказов.

### 2 Рост располагаемых доходов населения

На активное развитие ритейл-сегмента оказали влияние ряд факторов, включая высокий уровень располагаемых доходов населения, а также стремление потребителей к комфорту и удобству. Весь розничный сегмент ОАЭ ориентирован на 4 основные группы потребителей: коренных жителей ОАЭ и экспатов из Европы, Азии и Ближнего Востока.

### 5 Рост числа состоятельных западных экспатов

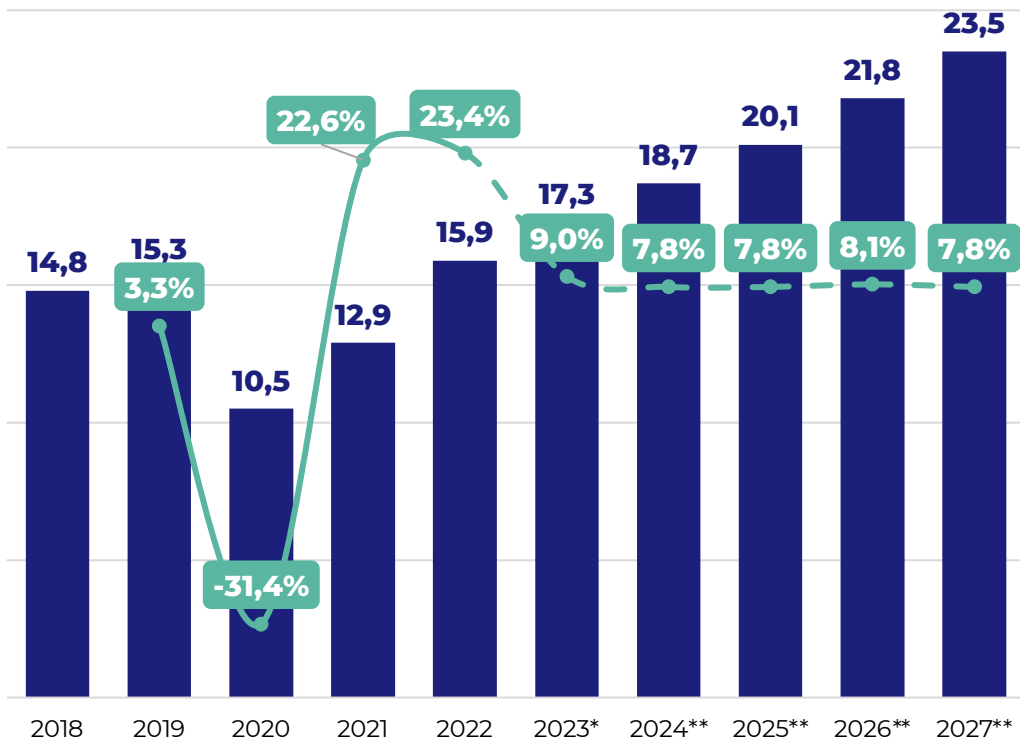
Одним из наиболее актуальных трендов 2022-2023 гг. в ОАЭ является значительный рост числа состоятельных западных экспатов, которых привлекает выгодные условия труда и экономической стабильность в рамках страны. Местные ритейлеры реагируют на демографическое изменение, внедряя большой ассортимент привычных для западного потребителя продуктов. Благоприятный потребительский ландшафт также способствовал выходу на местный рынок новых международных брендов.

### 3 ОАЭ – важнейший центр международной торговли

Сектор розничной торговли в ОАЭ считается одним из наиболее развитых в странах ССАГПЗ, что в первую очередь является следствием того факта, что сама страна на протяжении последних 15 лет является важнейшим центром международной торговли.

# В 2022 г. продажи продукции АПК в секторе общественного питания ОАЭ увеличились на 23,4% и составили 15,9 млрд долл. Ожидается, что в 2023-2027 гг. данный сектор будет ежегодно увеличиваться на 7,9% и достигнет 23,5 млрд долл. в 2027 г.

Динамика продаж продукции АПК в секторе общественного питания ОАЭ, 2018-2027 гг.



■ В стоимостном выражении, млрд долл. США    ● Годовой прирост, %

Примечание: \*оценка, \*\*прогноз



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации

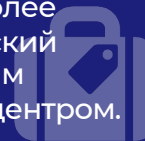


приоритет2030<sup>+</sup>  
лидерами становятся

## Ключевые тренды

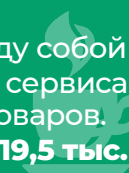
### 1 ОАЭ – центр международной миграции и туризма

развитая инфраструктура, большое количество этнических групп, проживающих на территории государства, а также прочные торговые отношения со многими странами сделали ОАЭ одним из наиболее привлекательных туристических направлений, а также главным региональным кулинарным центром.



### 2 Рост числа заведений сектора общественного питания

сектор общественного питания насчитывает более **16 тыс.** заведений общественного питания, которые предлагают потребителям кухни практически всех стран мира, а рестораны соревнуются между собой по качеству предоставляемого сервиса и по количеству признанных поваров. К 2027 г. сектор увеличится до **19,5 тыс.** заведений.



### 3 Рост мультиформатных заведений

популярность мультиформатных заведений общественного питания, таких как фудхоллы и гастробары, концепт-кафе, заведения формата «fast-casual» и pop-up кафе.



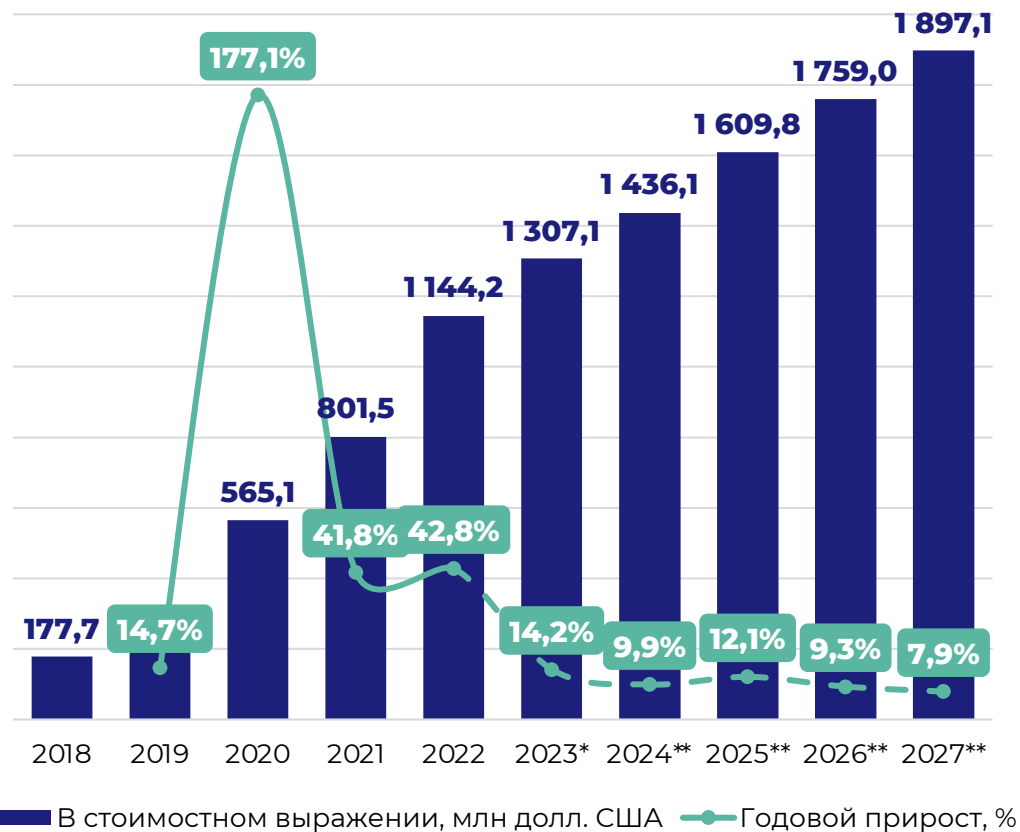
### 4 Рост продаж через онлайн-каналы

практически все заведения общественного питания активно развивают онлайн-канал, предлагая потребителям максимально быстрые сроки доставки готовых блюд. Как следствие, наблюдается рост числа заведений, которые работают в формате «теневых кухонь»



# Онлайн-продажи продукции АПК в ОАЭ в 2018-2022 гг. росли двузначными темпами и в 2022 г. превысили 1,1 млрд долл. В 2023-2027 гг. среднегодовые темпы прироста продаж в данном канале реализации составят 10,6%

Динамика продаж продукции АПК в секторе электронной торговли ОАЭ, 2018-2027 гг.



Примечание: \*оценка, \*\*прогноз



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации



приоритет2030<sup>^</sup>  
лидерами становятся

## Ключевые тренды

### 1 Увеличение числа D2C продаж

главным трендом, за последние два года на рынке электронной коммерции ОАЭ и стран ССАГПЗ является увеличение числа продаж конечному потребителю напрямую без посредников



### 2 Развитие социальной коммерции

активное развитие социальной коммерции (подвид электронной коммерции, когда продажи осуществляются через социальные сети). Продажи осуществляются напрямую во время просмотра контента в таких социальных сетях, как Instagram, Facebook, Youtube.



### 3 Развитие мобильной электронной коммерции

активное развитие мобильной электронной коммерции, популярность которой растет с каждым годом. Все розничные сети, а также заведения общественного питания дают возможность оформить онлайн-заказ через мобильное приложение.



### 4 Рост популярности маркетплейсов

онлайн-платформы, где потребителям предоставляется возможность сделать заказ, состоящий из различных категорий товаров в одном мобильном приложении либо на веб-версии сайта.





## ОАЭ: основные тренды в питании

# 52%

потребителей в ОАЭ уделяют повышенное внимание содержанию питательных веществ в продуктах питания и напитках

# 50%

потребителей в ОАЭ считают прослеживаемость продуктов питания и напитков важной

# 48%

потребителей в ОАЭ считают натуральность еды и напитков ключевым фактором принятия решения о покупке

# 46%

потребителей в ОАЭ употребляют пищевые добавки

# 36%

потребителей в ОАЭ начали потреблять в пищу больше рыбы



# Потребители ОАЭ отдают наибольшее предпочтение мясу птицы, а высокий темп жизни в стране создает потребность в продуктах быстрого приготовления

## Потребительские предпочтения, особенности и тренды

### 1 Мясо птицы – основной источник потребления

На долю мяса птицы приходится более **70%** всего потребления мясных продуктов в ОАЭ, в основном из-за ее дешевизны, повсеместной доступности и религиозных ограничений. Потребители чаще отдают предпочтения куриным тушкам малых размеров



### 2 Популярность охлажденного мяса

Наиболее популярным продуктом среди местного населения является цельная охлажденная курица. Экспаты, в свою очередь, предпочитают замороженную продукцию в связи с ее низкой ценой



### 3 Рост спроса на продукты быстрого приготовления

Мясные полуфабрикаты и готовая еда являются одной из самых быстрорастущих мясных подкатегорий. Большим спросом пользуются замороженные продукты для разогрева в микроволновой печи и наборы для приготовления блюд, содержащие все необходимые ингредиенты.



### 4 Увеличение импортной продукции

Самообеспеченность мясом птицы ОАЭ около **12%**. Местные бренды чаще всего неспособны конкурировать по цене с импортными товарами (к примеру с замороженной птицей из Бразилии), за счет того, что зарубежные бренды достигают эффекта масштаба



## Примеры форматов продукции



Набор для приготовления спагетти с фрикадельками



Тушка курицы



Сосиски из говядины



# Тренды на здоровое питание вынуждают потребителей в ОАЭ отказываться от кондитерской продукции с высоким содержанием сахара и ненатуральным составом в пользу более здоровых альтернатив

## Потребительские предпочтения, особенности и тренды

### 1 Спрос на темный шоколад

Рост спроса на темный шоколад в основном связан с трендом на заботу о здоровье. Кроме того, потребители предпочитают дарить шоколадные конфеты премиум-класса в коробках, вместо традиционных сладостей, что поддерживает повышенный спрос на данную продукцию. При этом спрос на молочный шоколад также высок и продолжает расти

### 3 Тяга к оригинальным вкусам

Потребителей интересуют оригинальные вкусы (перец с шоколадом) и оригинальные сочетания (шоколад в качестве приправы соленой пищи). При этом потребители стремятся к европейским вкусам, нежели к местным. По результатам опросов самыми популярными вкусами, помимо традиционных, являются ореховый (**67%**), фруктовый (**32%**), шоколад со вкусом кофе и чая (**28%**) и десертов (**23%**)

### 2 Питательные батончики

Фокус на здоровом питании привел к росту рынка питательных батончиков. Злаковые батончики, протеиновые батончики и их вариации постепенно вытесняют традиционный шоколад и кондитерские изделия в качестве более здоровой альтернативы

### 4 Финики как часть культуры

В странах ССАГПЗ производится крупный объем фиников, которые считаются неотъемлемой частью наследия и самобытности страны. Местные жители предпочитают финики как и в обычном виде, так и покрытые шоколадом, с разными начинками, что делает этот десерт более привлекательным

## Примеры форматов продукции



Финики



Ореховые батончики



Подарочный шоколад

# Потребители предпочитают натуральные молочные продукты с высокой пищевой ценностью и широким разнообразием вкусов, при этом растет спрос на безлактозные и растительные альтернативы

## Потребительские предпочтения, особенности и тренды

### 1 Предпочтение свежего молока

Тренд на здоровый образ жизни привел к росту спроса на молоко и молочные продукты, при этом потребители чаще предпочитают свежее молоко ультрапастеризованным вариантам



### 2 Фокус на здоровом питании

Спрос на продукты с высокой пищевой ценностью (высоким содержанием белка, пробиотиков, витаминов и минералов (калий, йод, кальций), является ключевым драйвером роста рынка. По результатам опросов, в следствии пандемии, 8 из 10 опрошенных покупателей стали более ответственно подходить к выбору продуктов питания, отдавая предпочтения продуктам с добавлением витаминов и с высоким содержанием белка

### 3 Спрос на традиционные продукты

Особым спросом пользуются продукты из верблюжьего молока и Лабан. Лабан особенно важен в период Рамадана, так как его часто употребляют, как для Сухура (трапеза перед постом), так и для Ифтара (трапезы для прерывания поста)



### 4 Растительные виды молока и молочных продуктов

Все более популярными становятся растительные и безлактозные альтернативы молочных продуктов. Так, например, соевые напитки показывают лучшие результаты по темпам роста выручки. Также высоким спросом пользуется миндальное, кокосовое и овсяное молоко



### 5 Предпочтение местной продукции

Продукция местных поставщиков пользуется повышенным спросом, поскольку потребители уверены в качестве продукции местных производителей, в отличие от незнакомых импортных аналогов



### Примеры форматов продукции



Лабан



Растительное молоко



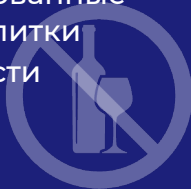
Сухое цельное молоко

# С момента начала пандемии фруктовые, овощные соки и полезные коктейли стали наиболее популярными напитками

## Потребительские предпочтения, особенности и тренды

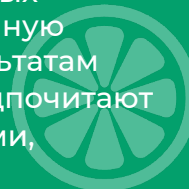
### 1 Запрет на вредные напитки

В ОАЭ введены чрезвычайно высокие акцизные налоги на напитки с сахаром и сахарозаменителями (**50%**), газированные напитки (**50%**) и энергетические напитки (**100%**), ограничивающие возможности производителей



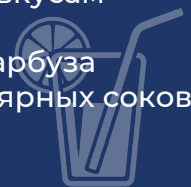
### 2 Витаминизированные напитки

В связи с растущей тенденцией к здоровому образу жизни потребители все чаще выбирают более здоровые версии своих любимых продуктов, к примеру воду, обогащенную витаминами и минералами. По результатам опроса в ОАЭ **62%** граждан ОАЭ предпочитают бутилированную воду с электролитами, витаминами и минералами



### 3 Рост популярности соков

В ОАЭ высокий уровень потребления фруктовых соков на душу населения. Покупатели отдают предпочтение не только известным вкусам – апельсин и яблоко, но и не столь распространенным сокам из гуавы, арбуза и алоэ. В ОАЭ одним из самых популярных соков является гранатовый



### 4 Полезные альтернативы газированным напиткам

Растущий спрос на здоровый образ жизни приводит к появлению на рынке новых продуктов. Так, например, на рынке ОАЭ появилась «green-cola», позиционирующая себя как полезная альтернатива классическому продукту



## Примеры форматов продукции



Витаминизированная вода



Гранатовый сок



Green-cola

# Рынок дистрибьюторов высоко фрагментирован и представлен большим количеством игроков



- В странах ССАГПЗ множество продовольственных дистрибьютеров с богатым опытом и широким объемом услуг (выступают как технический импортер и 3PL оператор, так и полноценный представитель обеспечивающий маркетинг и мерчандайзинг)
- На рынке присутствуют, как универсальные дистрибьютеры, так и специализированные в отдельных категориях продуктов

**Легенда:**

- Напитки
- Кондитерские изделия
- Мясные изделия
- Молочные изделия

	<b>ОАЭ</b> Более 5000 дистрибьюторов			<b>КСА</b> Более 700 дистрибьюторов			<b>Катар</b> Более 100 дистрибьюторов		
<b>1 Категории</b>									
<b>2 Каналы продаж</b>	Ритейл, HoReCa	Ритейл, HoReCa	Ритейл, HoReCa	Ритейл	Ритейл	Ритейл	Ритейл	Ритейл, HoReCa	Ритейл
<b>3 Ключевые ритейлеры</b>	Carrefour, Lulu	Carrefour, Lulu, Spinneys, Adnoc, Dubai Duty free	Carrefour, Lulu, Spinneys, Union Co-op, Al-Maya	Al Othaim, Panda	Carrefour, LuLu, Al Othaim, Panda, Al Meera	Carrefour, Marjane	Carrefour, Al Meera, LuLu	Carrefour, Al Meera, LuLu	нд
<b>4 Ключевые клиенты</b>	President, Lipton, Minerva foods	Tropicana slim, Grand Moulins, Agrafrost Germany	Affco, Asmak, Americana, Qualico	Doux, Coopoliva, Asmak, President	Tropicana slim, Grand Moulins, Agrafrost Germany	JBS, Shreiber, Galbani, UHT	Widam, Nat, Mazzraty	Toblerone, Oreo, London Dairy, Arla foods Qatar	нд
<b>5 Страны присутствия</b>	Ближний Восток	ОАЭ	ОАЭ	КСА, ОАЭ	КСА	ССАГПЗ	Катар	Катар	Катар

Источник: анализ Технологии Доверия, интервью с экспертами, официальные сайты дистрибьюторов



# Стандартная модель работы в ОАЭ с розничными торговыми сетями предполагает участие стороннего дистрибьютора, при этом экспортер все равно может организовать прямые поставки в розничные сети напрямую или через открытие собственного дистрибьютора в стране

## Модели работы

## Схема взаимодействия

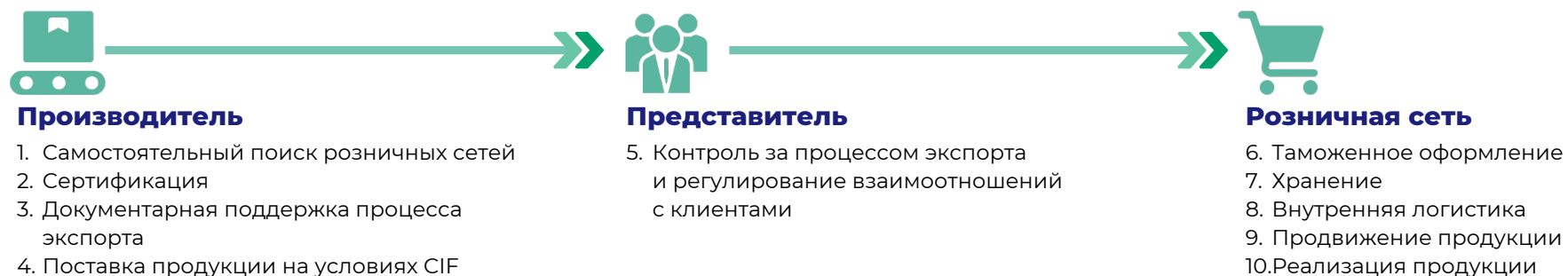
**1 «Сторонний дистрибьютор»**

Наиболее распространенная модель работы



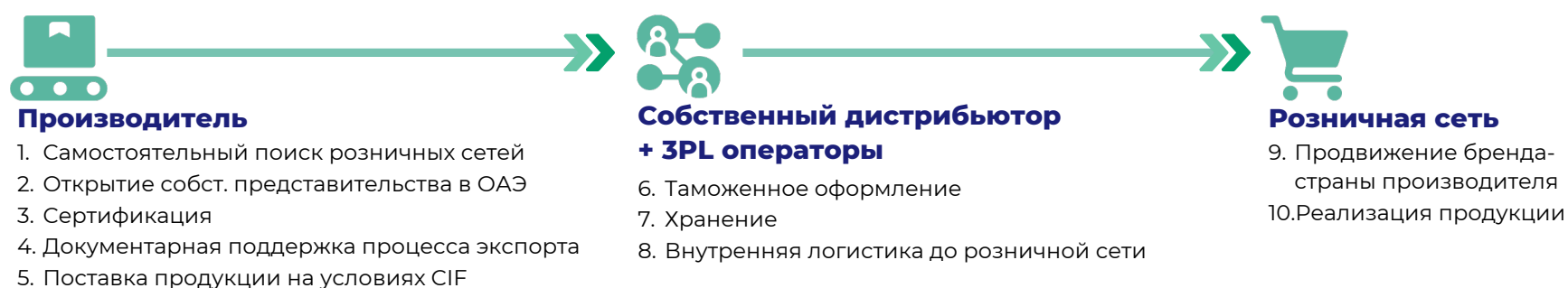
**2 «Напрямую»**

Розничные сети могут самостоятельно импортировать продукцию при крупных объемах поставок эксклюзивной продукции (Carrefour, LuLu, Viva, Spinneys)



**3 «Собственный дистрибьютор»**

Позволяет сокращать затраты на должном масштабе экспортных поставок



# Наиболее приоритетными моделями присутствия российской продукции АПК в сегменте HoReCa ОАЭ являются модели 3 и 4

## Модели работы

	Рынки и сегменты	Клиенты и потребители	Инфраструктура	Продвижение продукции
<b>1</b> Масштабное присутствие с базовыми продуктами в заведениях HoReCa среднего и нижнего ценового сегментов	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сети фаст-фуда</li> <li>Ресторанные сети</li> <li>Рестораны среднего ценового сегмента</li> </ul>	Дистрибьюторские компании		Актуально в меньшей степени (поставщик работает на убеждение дистрибьютора в достаточном качестве и ценовом преимуществе)
<b>2</b> Эксклюзивное присутствие с уникальными продуктами в заведениях HoReCa верхнего ценового сегмента	Несетевые рестораны	<ul style="list-style-type: none"> <li>Эксклюзивные дистрибьюторы</li> <li>Премиум рестораны</li> </ul>	Инфраструктура обеспечивается дистрибьюторами	<ul style="list-style-type: none"> <li>B2C (в большей степени)</li> <li>B2D</li> </ul>
<b>3</b> Смешанное (модель 1 и 2) присутствие без доступа к инфраструктуре	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сети фаст-фуда</li> <li>Ресторанные сети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Дистрибьюторские компании</li> <li>Эксклюзивные дистрибьюторы</li> <li>Премиум рестораны</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>B2D</li> <li>B2B</li> <li>B2C</li> </ul>
<b>4</b> Смешанное (модель 1 и 2) присутствие с доступом к инфраструктуре	<ul style="list-style-type: none"> <li>Несетевые рестораны</li> </ul>	Собственная компания дистрибьютор	Собственный дистрибьютор и прямой доступ к инфраструктуре	<ul style="list-style-type: none"> <li>B2C</li> <li>B2B</li> </ul>



# Во всех сферах жизни население ОАЭ руководствуется нормами ислама. В арабских компаниях практикуется четкая иерархия. При этом все деловые отношения строятся на доверии и уважении



Договариваться **о встрече** с партнерами следует **лично или по телефону**. Договоренность по электронной почте не считается официальной. Встречи назначаются не более чем за две недели и подтверждаются за пару дней до назначенной даты. И хотя встречи не всегда начинаются вовремя, **постарайтесь не опаздывать и будьте терпеливы**.



В знак уважения к деловому партнеру уместно сделать **небольшой подарок**. При выборе подарка **избегайте спиртного, изделий из кожи, ножей, вещей с изображением собаки**.



При приветствии и знакомстве арабы **жмут руку**. Первым всегда приветствуют **хозяина** или **старшего по возрасту**. Следует помнить, что левая рука в Эмиратах считается «нечистой». Поэтому для рукопожатия, обмена визитными карточками и других действий следует **использовать исключительно правую руку**.



Для деловых встреч в ОАЭ рекомендуется подготовить **визитные карточки на английском и арабском** языках — двухсторонние или односторонние с переводом. Важно помнить, что как на визитках, так и на всех рекламных материалах, распространяемых в этой стране, **не должно быть нехалальных изображений**.



**Деловой костюм** — неотъемлемая часть бизнес-этикета в ОАЭ. Причем женщины совершенно свободно могут носить строгий брючный костюм или легкие платья. Главное правило — **избегать открытых рук до локтя, открытых ног выше колена, а также глубоких декольте**. На деловую встречу мужчины должны надевать **рубашку с длинным рукавом и галстук**.



ОАЭ — это страна, где успех бизнеса напрямую зависит от установления прочных, доверительных взаимоотношений. Для этого нужно **время, терпение, профессионализм и навыки эффективного общения**. Необходимы **поездки в страну**, деловые встречи, а также **общение в неформальной обстановке**.

