

Экспортный гид

# Масло подсолнечное

---



Ирак

Экспортный гид

# Масло подсолнечное



Ирак

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Растительное масло, в частности подсолнечное, — традиционный ингредиент в приготовлении блюд национальной иракской кухни и кулинарии в целом. Экспорт в Ирак имеет определенные сложности, но тем не менее это растущий рынок с большим потенциалом.

Для успешного экспорта подсолнечного масла в Ирак необходима хорошо спланированная стратегия, которая должна учитывать:

- тенденции на рынках продуктов питания и их влияние на сектор подсолнечного масла;
- потребительские предпочтения в отношении импортной продукции;
- сложности нормативно-правовой среды, процедур экспорта и импорта;
- особенности системы государственного распределения и программы государственных закупок;
- специфику логистики;
- особенности ведения бизнеса и культуры в Ираке.

Настоящий экспортный гид разработан для освещения указанных ключевых вопросов, а также может быть использован как практическое руководство для российских компаний, которые рассматривают возможность экспорта подсолнечного масла в Ирак.

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

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена ни 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

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Краткий обзор — Ирак .....</b>	<b>13</b>
1.1. Экономические тенденции .....	15
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции .....	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	23
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>26</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	28
2.2. Потребительские предпочтения .....	42
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	43
2.4. Конкурентная среда и участники рынка.....	48
<b>3. Стандарты на растительное масло .....</b>	<b>52</b>
3.1. Сертификат соответствия .....	57
3.2. Требования к упаковке и сроку годности.....	58
3.3. Требования к маркировке.....	60
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>63</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	65
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	66
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>67</b>
5.1. Логистика.....	69
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	71
5.3. Формы присутствия на рынке .....	74
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	79
<b>6. Продвижение продукции .....</b>	<b>81</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	83
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки .....	84
<b>7. Свободные экономические зоны .....</b>	<b>86</b>
<b>8. Особенности ведения бизнеса .....</b>	<b>92</b>

<b>9. Преимущества и риски осуществления поставок .....</b>	<b>98</b>
9.1. Преимущества .....	100
9.2. Риски .....	101
<b>10. Карта действий экспортера .....</b>	<b>102</b>
<b>11. Контактная информация .....</b>	<b>105</b>
11.1. Потенциальные партнеры .....	107
11.2. Профильные организации .....	107
<b>12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>109</b>
<b>Приложение №1. Особенности защиты брендов в Ираке.....</b>	<b>116</b>
<b>Приложение №2. 10 шагов при подготовке к экспорту.....</b>	<b>119</b>
<b>Приложение №3. Возмещение НДС при экспорте товаров.....</b>	<b>124</b>

# Резюме

---

- В последнее время экономика Ирака развивается и становится все более открытой для иностранных экспортеров из регионов, расположенных за пределами Ближнего Востока и Северной Африки. В 2021 г. экономика Ирака продемонстрировала быстрое восстановление после COVID-19, когда реальный ВВП сократился на 15,7% из-за кризиса в нефтяном секторе. По итогам 2022 г., согласно данным МВФ, темпы роста ВВП составили 8,1%.
- Ирак — большой продовольственный рынок. Численность населения страны превысила 42 млн человек и растет довольно быстро вследствие высокой рождаемости и возвращения мигрантов, покинувших страну на время конфликта. По данным Всемирного банка за 2022 г., уровень урбанизации достиг 71,1%.
- Растительное масло, особенно подсолнечное, является распространенным ингредиентом в традиционной иракской кухне. Спрос и импорт этого продукта значительно выросли, а рыночные возможности для российских экспортеров в последние годы увеличились.
- За счет появления крупных игроков на рынке растительного масла внутренняя переработка подсолнечного масла в Ираке значительно выросла за последнее время. Тем не менее, на текущий момент объемы производства сырого подсолнечного масла остаются незначительными. В результате практически весь внутренний спрос на сырое подсолнечное масло покрывается за счет импорта.
- Ирак входит в десятку крупнейших импортеров подсолнечного масла в мире. Импорт подсолнечного масла Ирака стабильно растет. Объем импорта подсолнечного масла в 2022 г. вырос почти в три раза в натуральном и стоимостном выражении по сравнению с уровнем 2013 г. и достиг 610,7 тыс. тонн на 945,0 млн долл. США. Основными экспортными странами подсолнечного масла в Ирак в 2022 г. были Турция (49,6%) и Украина (26,4%). Основная часть импорта — это сырое масло.
- Примерно половина объема потребления подсолнечного масла в Ираке приходится на государственную программу распределения, в рамках которой закупается продукция у местных перерабатывающих предприятий и затем реализуется через сеть государственных продовольственных магазинов, где действует система продовольственных карточек.
- Большая часть подсолнечного масла ввозится в Ирак через его южные порты, а именно порт Умм-Каср и порт Басра.
- Несоответствие инфраструктуры и логистики современным требованиям, нечеткие таможенные процедуры и длительные сроки рассмотрения, а также вопросы безопасности — вот некоторые из основных проблем, с которыми приходится иметь дело экспортерам. Кроме того, российским экспортерам подсолнечного масла придется столкнуться с устойчивыми рыночными позициями турецких и украинских поставщиков. Обеспечение соблюдения прав интеллектуальной собственности также является сложным вопросом.

- Экспортерам подсолнечного масла в Ирак следует тщательно рассмотреть вопрос о выборе надежного местного дистрибьютора или местного агента, который мог бы помочь справиться со многими проблемами этого большого и растущего, но трудного рынка. Такому выбору местного партнера должна предшествовать тщательная и детальная проверка

# Список сокращений

---

## Список англоязычных сокращений

<b>B2B</b>	Business to business, «бизнес для бизнеса» — любая деятельность одних компаний по обеспечению других производственных компаний сопроводительными услугами, а также товарами и услугами, предназначенными для производства других товаров
<b>B2C</b>	Business to consumer, «бизнес для потребителя» — коммерческие взаимоотношения между частными лицами, так называемым «конечным» потребителем
<b>BIOGH</b>	Basra International Oil & Gas Hub — свободная нефтегазовая зона в Басре
<b>BLC</b>	Basra Logistics City — свободные экономические зоны в Басре под управлением оператора BLC
<b>COSQC</b>	Central Organization for Standardization and Quality Control — Центральная организация по стандартизации и контролю качества
<b>FOSFA</b>	Federation of Oils, Seeds and Fats Associations Ltd — Ассоциация федерации масел, семян и жиров
<b>HoReCa</b>	Сокращ. от англ. Hotels/Restaurants/Catering — сегмент сферы услуг общественного питания и гостиничного хозяйства, канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи
<b>ICIGI</b>	Pre-Import Inspection, Testing & Certification Program of Goods to Iraq — Программа предотгрузочной инспекции, тестирования и сертификации товаров, поставляемых в Ирак
<b>IGCC</b>	Iraq General Commission of Customs — Генеральная таможенная комиссия Ирака
<b>ISA</b>	International Sunflower Association — Международная ассоциация подсолнечника
<b>ISOA</b>	International Sunflower Oil Association — Международная ассоциация подсолнечного масла
<b>KAZFZ</b>	Khor al-Zubair Free Zone — свободные экономические зоны Хор аль-Зубайр в Басре
<b>NCRRAV</b>	National Committee for Registration and Release of Agricultural Varieties — Национальный комитет по регистрации и выпуску сортов сельскохозяйственной продукции
<b>NIOP</b>	National Institute of Oilseed Products — Национальный институт переработчиков масличных культур



## Список сокращений

<b>PFDS</b>	Public Food Distribution System — система государственных магазинов по распределению продуктов питания
<b>RDF</b>	Reconstruction and Development Framework — Рамочный документ о реконструкции и развитии Ирака
<b>TRIPS</b>	Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights — соглашение ВТО о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности
<b>USDA</b>	United States Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

## Список русскоязычных сокращений

<b>АО</b>	Акционерное общество
<b>АПК</b>	Агропромышленный комплекс
<b>ВВП</b>	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
<b>ВОЗ</b>	Всемирная организация здравоохранения
<b>ВОИС</b>	Всемирная организация интеллектуальной собственности
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
<b>ГП</b>	Государственное предприятие
<b>ГСР</b>	Государственная система распределения продовольствия
<b>ДМТ</b>	Департамент международной торговли Ирака
<b>ЗСТ</b>	Зоны свободной торговли (Free Trade Areas — FTA)
<b>ИС</b>	Интеллектуальная собственность
<b>КРГ</b>	Региональное правительство Курдистана (Kurdistan Regional Government — KRG)
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>МСП</b>	Малое и среднее предпринимательство
<b>НКИ</b>	Иракская национальная комиссия по инвестициям
<b>ООО</b>	Общество с ограниченной ответственностью

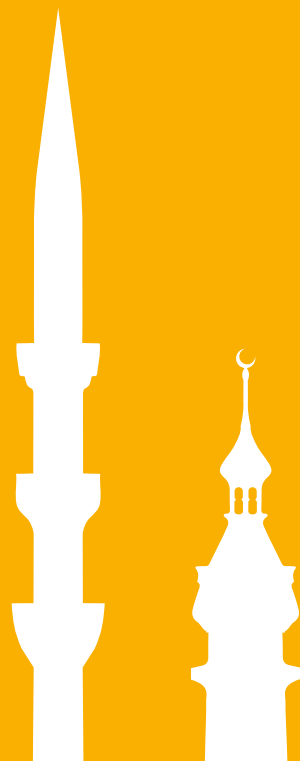
*Список сокращений*

<b>СП</b>	Совместное предприятие
<b>СПК</b>	Соглашения о повышении конкурентоспособности
<b>СЭЗ</b>	Свободная экономическая зона
<b>ФАО</b>	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (Food and Agriculture Organization — FAO)
<b>ЮНКТАД</b>	Конференция ООН по торговле и развитию (United Nations Conference on Trade and Development)

# Введение

---





Республика Ирак (далее — Ирак) — государство на Ближнем Востоке, расположенное в Месопотамской низменности в долине рек Тигр и Евфрата, на юго-востоке омывается водами Персидского залива. На юго-востоке страна граничит с Кувейтом, на юге — с Саудовской Аравией, на западе — с Иорданией и Сирией, на севере — с Турцией, на востоке — с Ираном. Население составляет 42,2 млн человек.

### **Общие сведения (2022 г.):**

**ВВП (в текущих ценах):** 270,4 млрд долл. США

**Рост ВВП:** 8,1%

**ВВП на душу населения:** 12,3 тыс. долл. США

**Уровень инфляции:** 5,0%

**Приток ПИИ (2021 г.):** 2,6 млрд долл. США

**Население:** 42,2 млн человек

**Площадь страны:** 435,1 тыс. км<sup>2</sup>

**Площадь сельскохозяйственных земель:** 92,5 тыс. км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:**

Багдад (7,5 млн), Мосул (1,7 млн), Басра (1,4 млн), Киркук (1,05 млн), Наджаф (930,0 тыс.), Эрбиль (878,0 тыс.)

**Уровень урбанизации:** 71,4%

**Уровень безработицы:** 15,5%

**Структура ВВП (2021 г.):** сельское хозяйство (3,0%), промышленность (53,8%), сфера услуг (43,5%)

**Структура занятости (2021 г.):** сельское хозяйство (19,8%), промышленность (21,3%), сфера услуг (58,9%)

**Основные экспортируемые товары АПК:** финики, масло оливковое, напитки безалкогольные, кроме воды и соков, животные и растительные масла и жиры прочие непищевые, отходы переработки зерна (солома и мякина)

**Основные импортируемые товары АПК:** рис, масло подсолнечное, мясо птицы, мука пшеничная, сахар свекловичный и тростниковый

**Объем экспорта продукции АПК:** 0,2 млрд долл. США

**Объем импорта продукции АПК:** 10,7 млрд долл. США

*Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, ITC Trade Map, Trading Economics*

# Краткий обзор — Ирак

---



Содержание

---



## 1.1.

Экономические тенденции

## 1.3.

Демографические тенденции

## 1.2.

Политические тенденции

## 1.4.

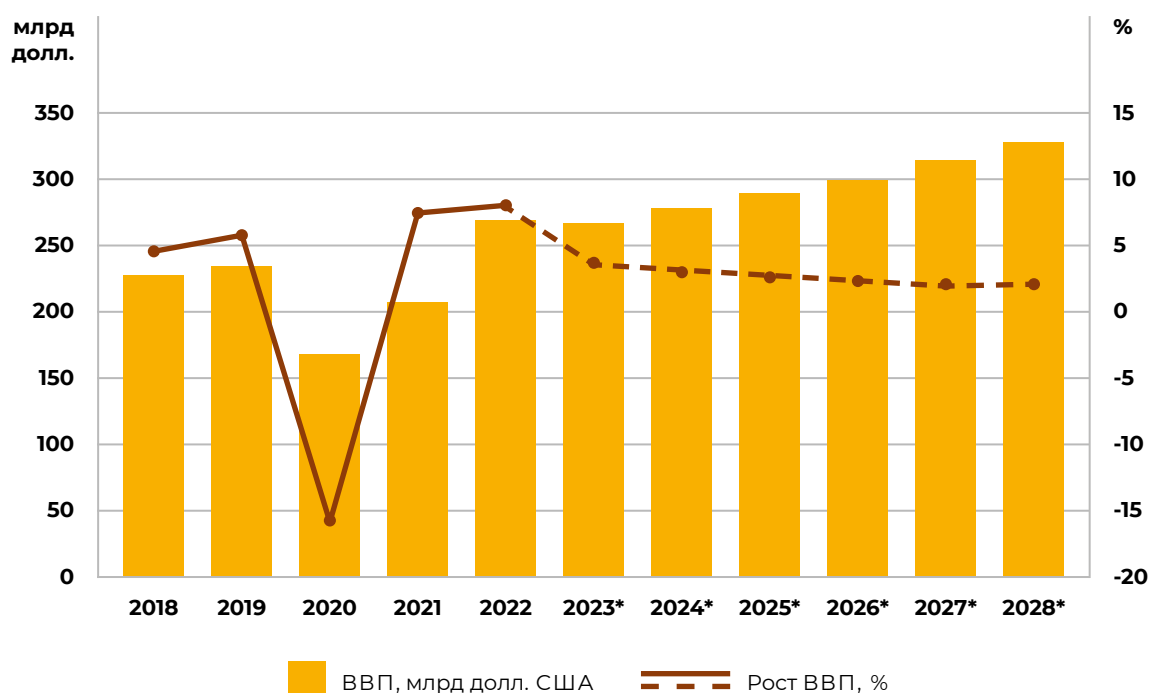
Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

В 2021 г. экономика Ирака продемонстрировала быстрое восстановление после COVID-19, когда реальный ВВП сократился на 15,7% из-за кризиса в нефтяном секторе. По итогам 2022 г., согласно данным МВФ, темпы роста ВВП составили 8,1%. Значительные показатели развития экономики страны стали возможны за счет высоких цен на нефть и увеличения ее объемов добычи. Страна является крупным производителем углеводородов, составляющих большую часть экспорта и доходов Ирака. Экономика страны практически полностью зависит от цен на нефть, которые являются главным фактором, влияющим на макроэкономическое положение.

Согласно прогнозам МВФ в 2023 г., рост ВВП Ирака покажет более скромные темпы — 3,7%, что обусловлено усилением внутривнутриполитической нестабильности в стране и вероятным сокращением квот на добычу нефти с целью уменьшения ее предложения на мировом рынке согласно условиям ОПЕК. В 2027–2028 гг. темпы роста экономики Ирака, как прогнозируется, составят порядка 2,2% в год.

Рис. 1. Динамика ВВП Ирака в текущих ценах, 2018-2028 гг.



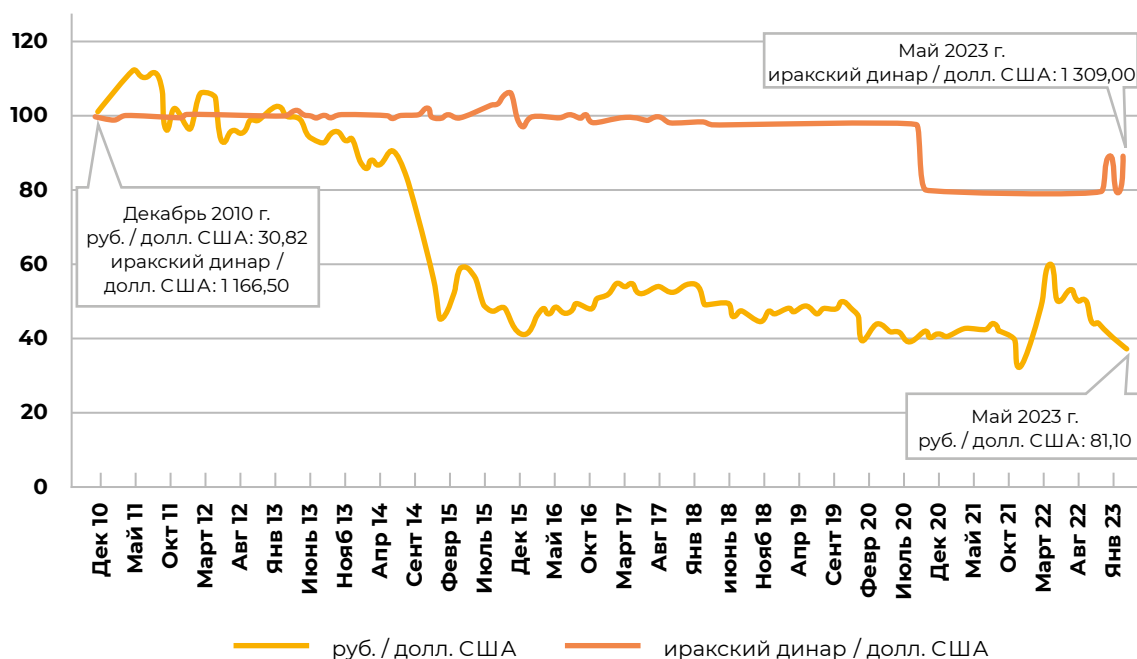
Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

Примечание. \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.



Центральный банк Ирака 9 декабря 2020 г. девальвировал иракский динар по отношению к доллару США с 1 182 до 1 450 динаров за доллар США из-за финансового кризиса, начавшегося в стране после падения мировых цен на нефть ниже 30 долл. США за баррель. В результате Ирак прибегнул к банковским кредитам и перевыпуску облигаций Министерства финансов на общую сумму 30 трлн динаров (20,6 млрд долл. США).

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и иракского динара к доллару США, декабрь 2010 г. – май 2023 г.

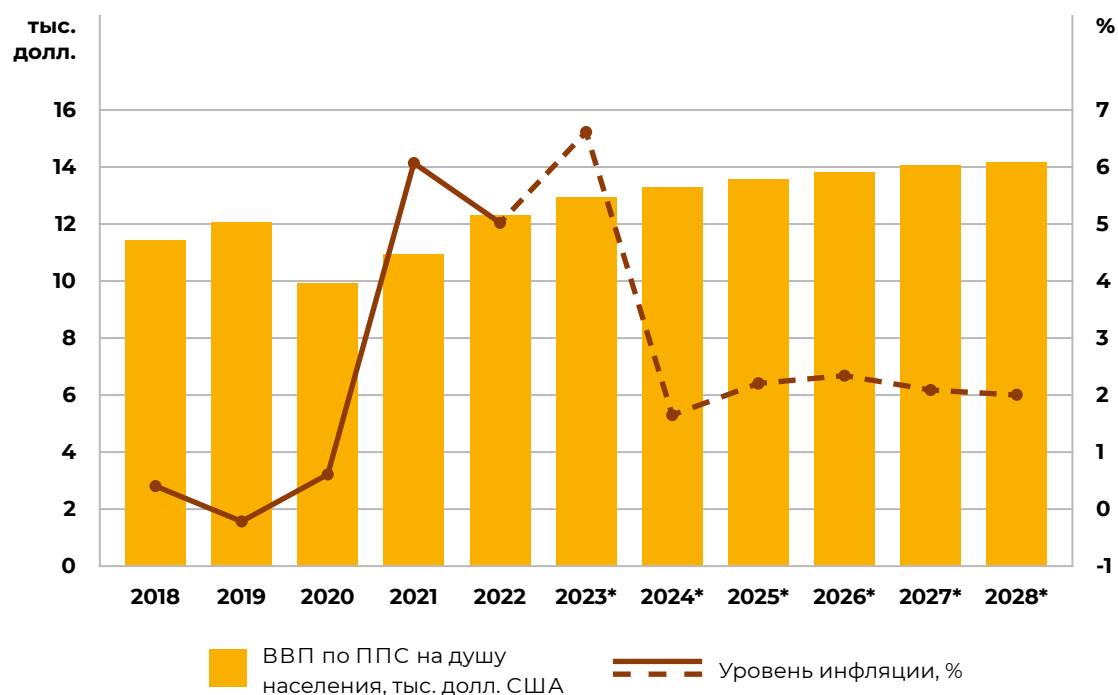


Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

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

В 2021 г. отмечался всплеск инфляции до 6,0% с последующим снижением до 5,0% по итогам 2022 г. Несмотря на снижение инфляции в 2022 г. благодаря субсидированию товаров первой необходимости, ее высокий показатель в условиях роста мировых цен на продукцию промышленного производства и продовольствия все еще остается значительным по сравнению с 2018–2020 гг. Ирак сталкивается с нехваткой воды, что снижает возможности по развитию аграрного сектора и наращиванию производства, делая страну уязвимой к скачкам цен на продовольствие. Согласно прогнозам МВФ, в 2023 г. инфляция также продолжит оставаться на высоком уровне, однако начнет снижаться к 2024 г. по мере усиления внешнеторговых связей Ирака с основными странами-партнерами, в том числе по торговле продукцией АПК.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2018-2028 гг.



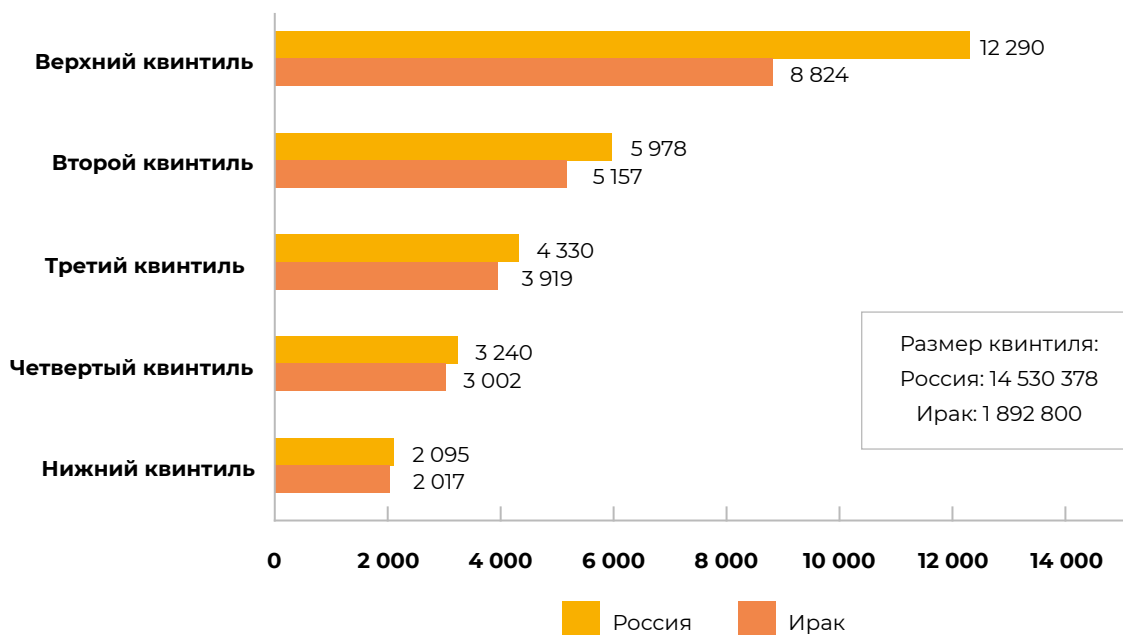
Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

Примечание: \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) группы приходится 38,5% доходов занятого населения, в то время как пятая (низкодоходная) группа составляет 8,8%. По состоянию на 2022 г. уровень безработицы в Ираке оценивается в 15,5%.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2022 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

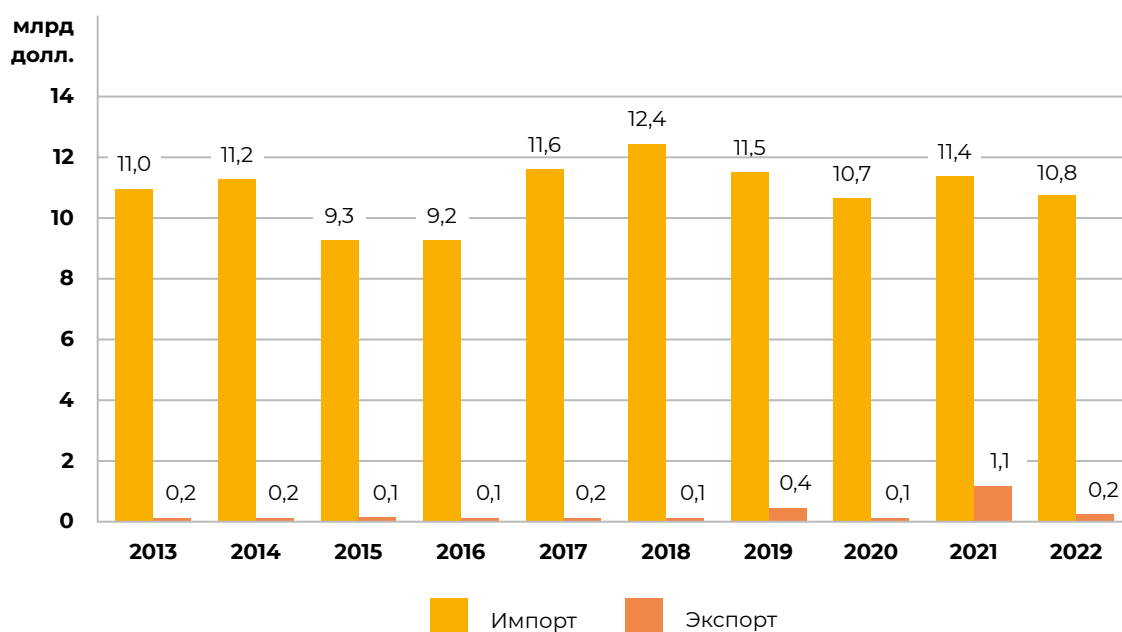
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

Ирак сильно зависит от импорта продукции АПК, который с 2013 г. находился в диапазоне от 9,2 до 12,4 млрд долл. США. При этом экспорт был незначительный, за исключением 2021 г., когдакратно увеличились отгрузки в Иран.

Наибольшая доля экспортных поставок в 2022 г. в стоимостном выражении пришлась на следующие продукты: финики (50,1%), масло оливковое (31,1%), напитки безалкогольные, кроме воды и соков (5,5%). Структура импорта продукции АПК Ирака диверсифицирована ввиду его высокой зависимости от зарубежных поставок. Наибольшую долю в структуре иракского импорта продукции АПК в стоимостном выражении в 2022 г. занимали рис (10,2%), масло подсолнечное (8,8%), мука пшеничная (6,1%), сахар свекловичный и тростниковый (5,0%), а также мучные кондитерские изделия (4,6%).

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Ирака, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Ирака, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Финики	92,6	50,1
Масло оливковое	57,5	31,1
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	10,1	5,5
Животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	5,1	2,8
Отходы переработки зерна (солома и мякина)	3,2	1,7
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	2,0	1,1
Грибы	2,0	1,1
Пищевые продукты прочие	1,4	0,8
Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	1,2	0,6
Меласса	1,1	0,6

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Прочие продукты	8,6	4,7
<b>Итого</b>	<b>184,8</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Ирака, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Рис	1 095,7	10,2
Масло подсолнечное	945,0	8,8
Мясо птицы	797,7	7,4
Мука пшеничная	662,3	6,1
Сахар свекловичный и тростниковый	539,3	5,0
Мучные кондитерские изделия	496,2	4,6
Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	432,4	4,0
Жмых и шрот соевые	396,1	3,7
Сигары и сигареты	308,1	2,9
Пшеница	264,5	2,5
Прочие продукты	4833,8	44,9
<b>Итого</b>	<b>10 771,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

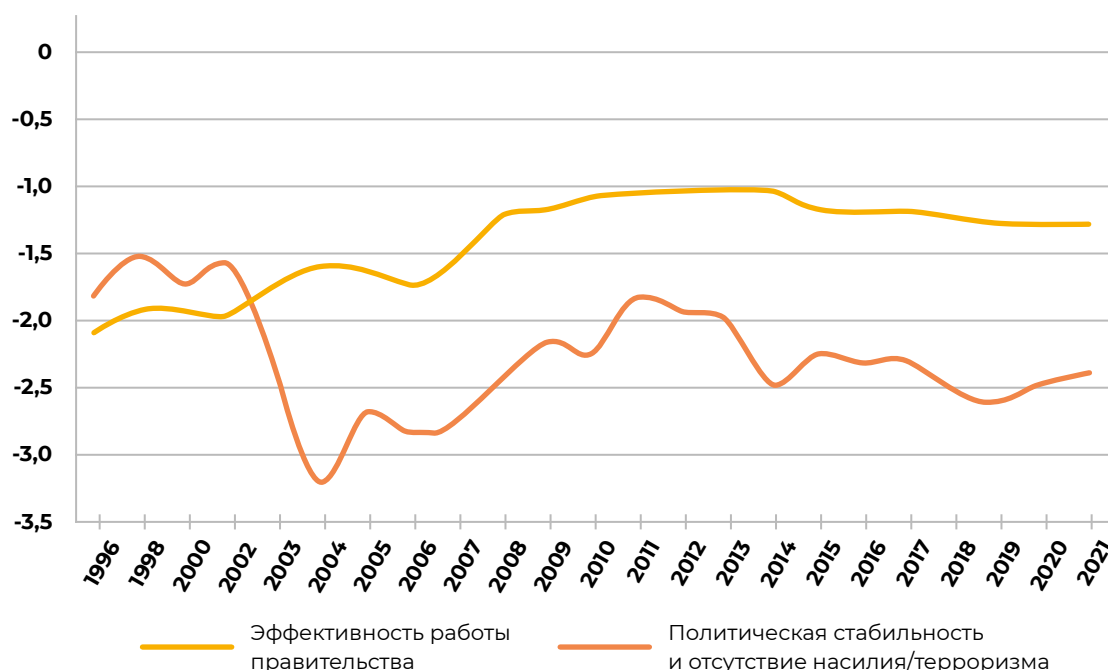
Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 01-24.

## 1.2. Политические тенденции

Ирак является парламентской республикой и государством федеративного типа. Во главе государства стоит президент, избираемый большинством нижней палаты парламента на 4 года. Двухпалатный парламент выполняет функции высшего законодательного органа и включает нижнюю палату — Совет представителей, состоящий из избираемых на 4 года на основе всеобщего, прямого и тайного голосования депутатов, и верхнюю палату — Совет союза, в который входят представители регионов и провинций страны. Исполнительная власть принадлежит правительству — Совету министров во главе с премьер-министром. Состав правительства утверждается нижней палатой парламента.

При существовании системы разделения властей, сдержек и противовесов, а также свободы вероисповедания важную роль в общественно-политической жизни сохраняет ислам, являющийся официальной религией и источником законодательства. Несмотря на многопартийность и представительство интересов меньшинств, в том числе национальных (курды) и религиозных (шииты), политическая система Ирака по-прежнему зависит от традиционных общественных институтов. Распределение властных полномочий происходит с учетом этноконфессионального принципа и внутренних договоренностей между иракскими общинами.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Ираке



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

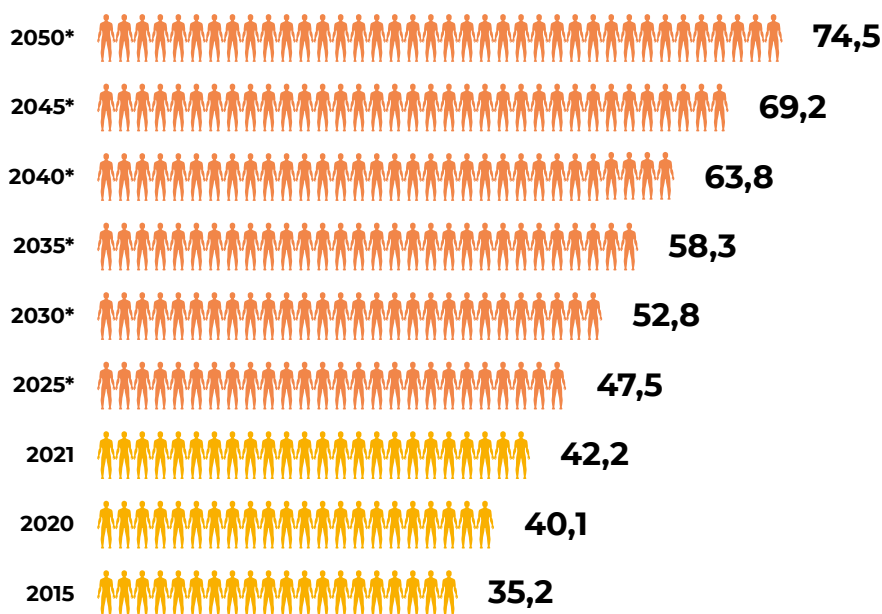
Показатели эффективности государственного управления свидетельствуют о том, что после формирования новой политической системы по западному образцу проблема политической нестабильности в стране так и не была разрешена. При этом организация новой политической системы в Ираке так и не сломала господство традиционных неформальных политических институтов, что отражается в крайне слабой динамике роста эффективности работы правительства. Таким образом, политическая и экономическая нестабильность, террористические риски являются препятствиями для торговли.

### 1.3. Демографические тенденции

В 2022 г. население Ирака составило 42,2 млн человек. Доля городского населения достигла 71,1%. В стране сохраняется положительная динамика: среднегодовые темпы роста населения — 2,6% (2015–2022 гг.) и 2,0% (2022–2050 гг.). Ожидается, что к 2050 г. общая численность достигнет 74,5 млн человек.

Основная часть населения сосредоточена на севере, в центре и на востоке страны. Многие крупные городские агломерации расположены вдоль обширных участков рек Тигр и Евфрат, тогда как большая часть западных и южных районов либо малонаселена, либо необитаема.

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

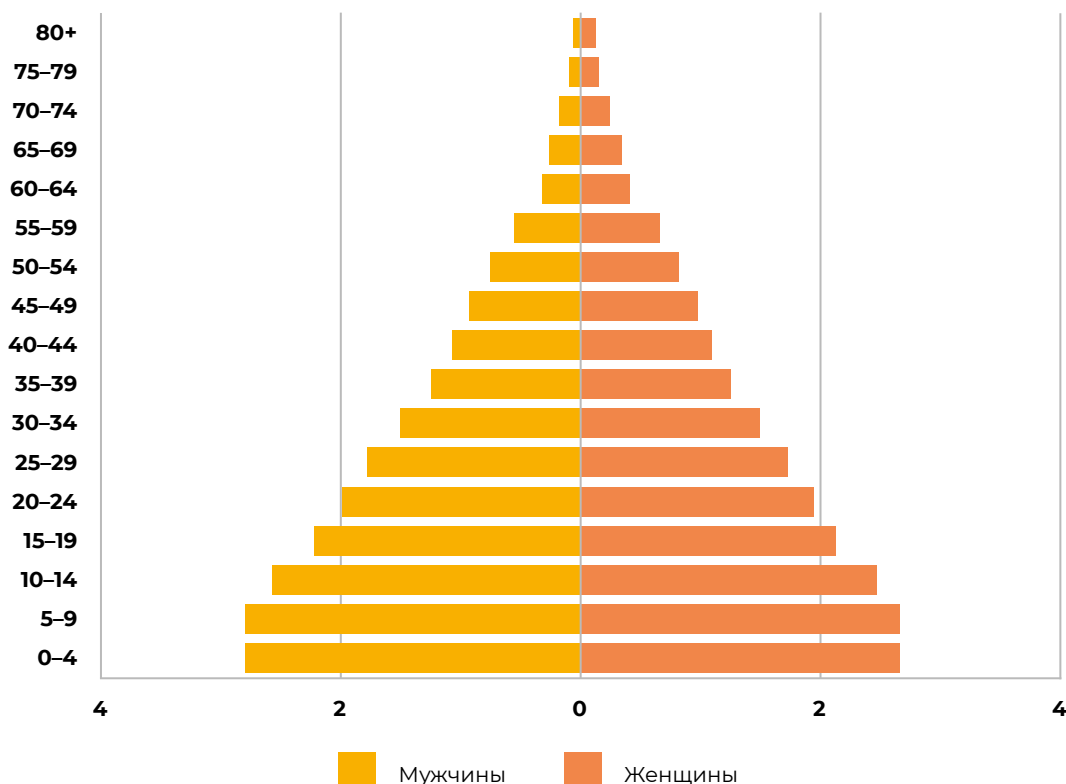


Источник: МВФ, ООН

Примечание. \*прогноз.

В стране высокий уровень младенческой смертности и высокая рождаемость, что отражается на возрастной структуре: 57,2% населения находится в трудоспособном возрасте и примерно 57,4% моложе 25 лет. Данная часть населения, как ожидается, станет драйвером роста потребительского спроса в среднесрочной перспективе.

Рис. 8. Население Ирака по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: ООН, МВФ

## 1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Пандемия COVID-19 крайне негативно отразилась на покупательной способности населения Ирака, однако на сегодняшний день наблюдается стремительное восстановление нормальной потребительской активности. Расходы на конечное потребление растут за счет повышения цен на углеводороды, а также увеличения притока прямых иностранных инвестиций и развитию сектора ритейла за счет строительства необходимой инфраструктуры в послевоенное время. Помимо этого, в стране растет доля среднего класса, что также стимулирует развитие потребления. Тем не менее, ценовой фактор остается определяющим при осуществлении покупок.

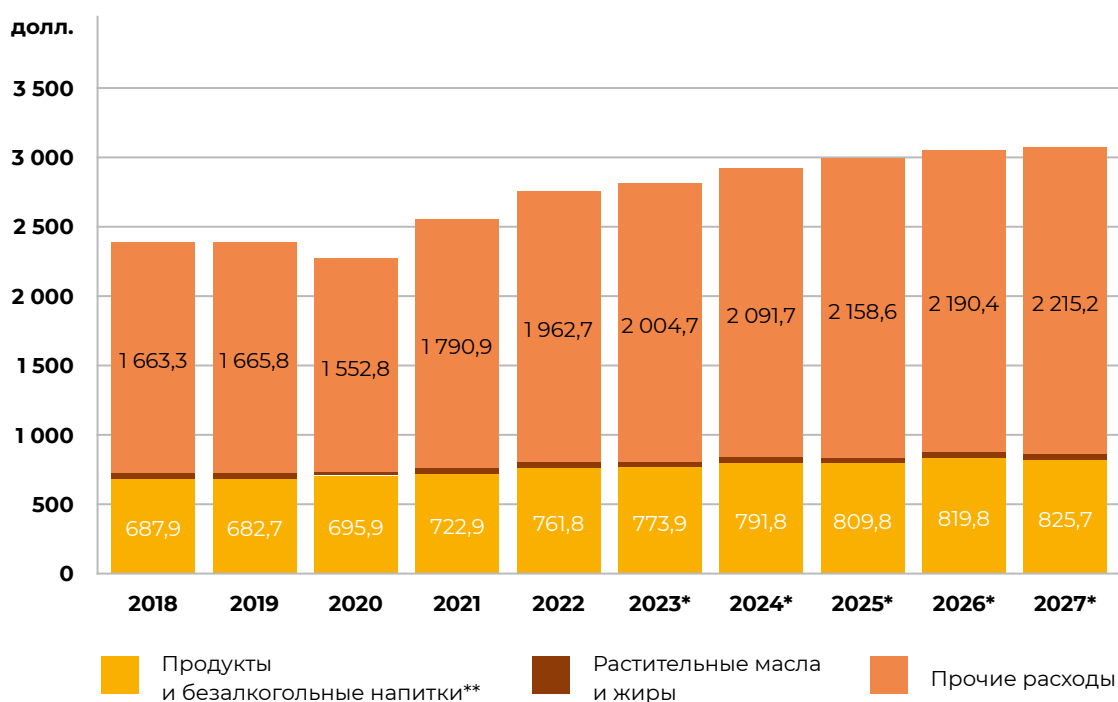


## Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Ирака

- существенную долю в экономике занимает неформальный сегмент, особенно после начала пандемии. Связано это с недостаточным уровнем государственного регулирования рынка и крайне высокими издержками, необходимыми для легализации торговли. В результате многие теневые ритейлеры перешли на онлайн-площадки, что также привело к увеличению неформальной электронной коммерции;
- согласно прогнозам, объем продаж продукции АПК в стране в среднесрочной перспективе будет расти, что во многом обусловлено увеличением численности населения. Наиболее многочисленной группой потребителей к 2040 г. станут люди среднего возраста, что приведет к росту спроса на товары премиального сегмента. Кроме того, Ирак отличается молодым населением, что, в свою очередь, будет стимулировать распространение использования электронных технологий, в частности онлайн-ритейла;
- внутреннее производство не удовлетворяет потребности населения в продуктах питания, что формирует спрос на импортную продукцию;
- преобладающую долю в потребительской корзине иракцев составляют товары первой необходимости, эта тенденция сохранится в ближайшие 5 лет;
- несмотря на постепенное развитие сектора современной розничной торговли большинство потребителей отдают предпочтение традиционным рынкам и базарам под открытым небом, а также несетевым бакалейным лавкам, которые, как правило, находятся в пределах шаговой доступности от домов и рабочих мест многих потребителей;
- единственным способом оплаты, используемым в повседневной жизни в Ираке, являются наличные. Популярность наличных денег обусловлена, в первую очередь, низким уровнем доверия потребителей к банковской системе страны и отсутствием терминалов оплаты в большинстве магазинах;
- индустрия розничной торговли Ирака столкнулась с серьезными проблемами в 2020–2021 гг. из-за пандемии COVID-19, в то время как в электронной коммерции был зафиксирован двузначный рост продаж. Однако, одним из факторов, препятствующих стабильному развитию сектора электронной коммерции в стране, является то, что в Ираке не действует национальная почтовая служба, есть только частные курьерские компании, такие как DHL и FedEx, а также некоторые местные компании, которые могут доставлять посылки и которые взимают высокую стоимость за услуги.

Расходы на конечное потребление на душу населения в 2022 г. составили 2 757,4 долл. США в постоянных ценах 2022 г. (+8,3% к 2021 г.), из которых 761,8 долл. США — расходы на прочие продукты питания и безалкогольные напитки (27,6%) и 32,9 долл. США — расходы на растительные масла и жиры (1,2%). Прогнозируется, что в 2027 г. расходы на конечное потребление на душу населения достигнут 3 076,4 долл. США, при этом доля расходов на растительные масла и жиры в 1,2% сохранится.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2022 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. \*прогноз. \*\*без учета расходов на растительные масла и жиры.

# Обзор рынка

---

A close-up photograph of a clear glass bottle tilted to the right, pouring a thick, golden-yellow liquid into a glass bowl. The liquid is captured mid-pour, forming a thin, steady stream that falls into the bowl. The bowl is partially filled with the same liquid, and small bubbles are visible on its surface. The background is a soft, out-of-focus light gray. A large, white, stylized number '2' is overlaid on the lower-left portion of the image.

# 2



## 2.1. Объем и динамика рынка

Масложировая отрасль Ирака медленно восстанавливается и развивается. В стране реализуются проекты по переработке масел, в первую очередь рафинации и фасовке. Основными видами растительных масел на иракском рынке являются подсолнечное, пальмовое и соевое масла, а также маргарин.

Выращивание подсолнечника в Ираке достигло своего пика в 1990-1996 гг. Рекордные площади под подсолнечник были зафиксированы в 1990 г. на уровне 60,4 тыс. га., а рекордный урожай в 72,7 тыс. тонн был собран по итогам 1993 г. В последние годы посевные площади под подсолнечник в Ираке составляют менее 1 тыс. га.

### Производство

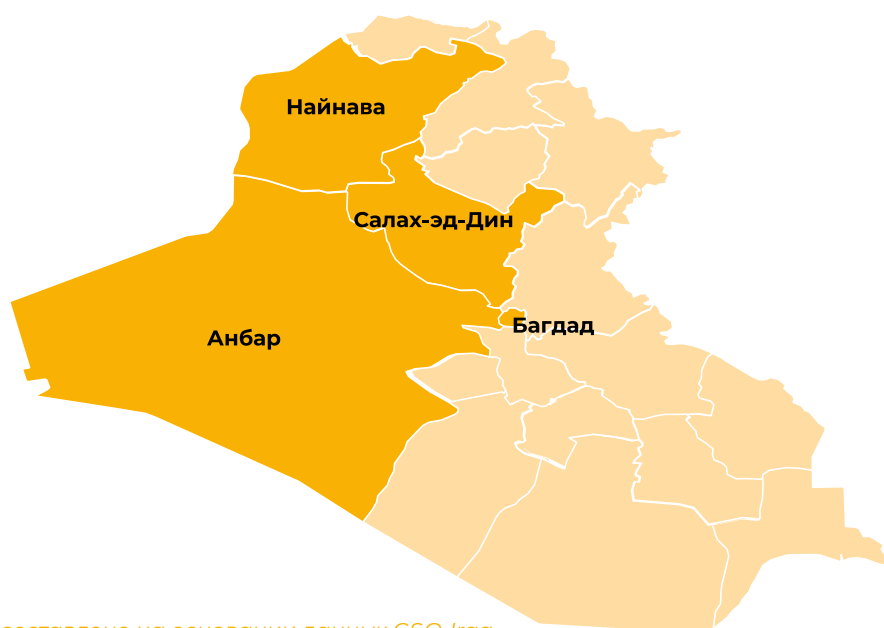
В настоящее время подсолнечник стабильно выращивается только в провинции Анбар, где посевные площади не превышают 500 га. В провинциях Багдад, Найнава и Салах-эд-Дин посевы подсолнечника эпизодические по 200-300 га.

Табл. 3. Структура уборочных площадей подсолнечника Ирака по провинциям, 2017–2021 гг., га

Провинция	2017	2018	2019	2020	2021
Багдад	263,5	—	—	—	289,3
Анбар	—	229,9	302,0	500,0	223,3
Найнава	—	—	—	232,8	44,3
Салах-эд-Дин	—	166,1	10,0	—	3,0
Прочие провинции	7,5	—	9,3	15,0	14,8
<b>Итого</b>	<b>271,0</b>	<b>396,0</b>	<b>321,3</b>	<b>747,8</b>	<b>574,5</b>

Источник: FAO Stat, CSO Iraq

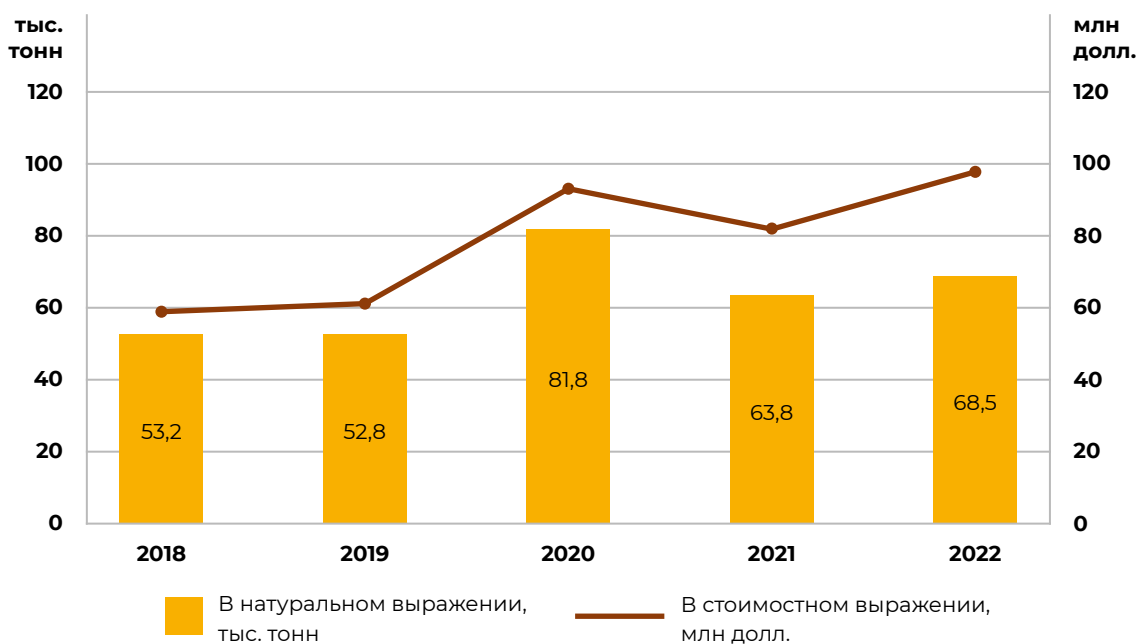
Рис. 10. Ведущие провинции (мухафазы) Ирака по производству семян подсолнечника



Источник: составлено на основании данных CSO Iraq

Значительный объем подсолнечника для переработки подступает в Ирак из других стран. В 2022 г. импорт семян подсолнечника составил 68,5 тыс. тонн на 97,2 млн долл. США. Основной объем поставок приходился на Китай и Турцию.

Рис. 11. Импорт семян подсолнечника Ирака в натуральном и стоимостном выражении, 2018–2022 гг.

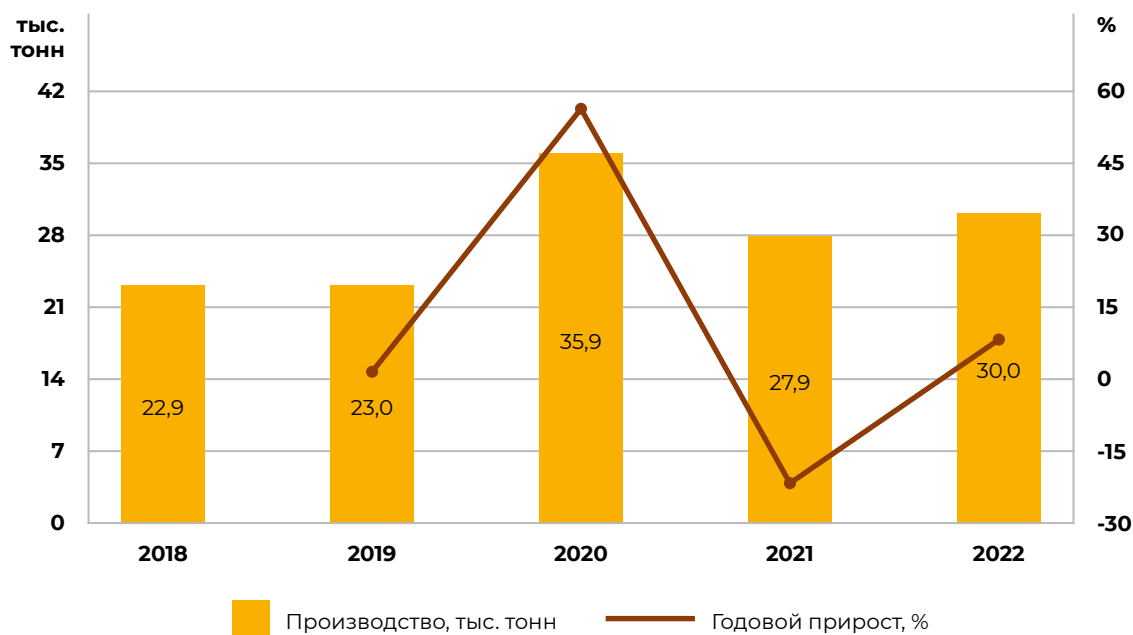


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные. Код ТН ВЭД 1206.

Динамика объемов производства подсолнечного масла Ирака зависит от импорта сырья. Максимальный объем закупок семян подсолнечника был зафиксирован в 2020 г., а производство подсолнечного масла в этот год составило 35,9 тыс. тонн. По итогам 2022 г. производство данного вида масла в Ираке составило 30,0 тыс. тонн, что на 7% выше 2021 г.

Рис. 12. Производство подсолнечного масла в Ираке, 2018–2022 гг.



Источник: USDA, FAO, ITC Trade Map

## Потребление

Подсолнечное масло является наиболее популярным видом растительного масла в Ираке. В стране также используют пальмовое и соевое масло, а также арахисовое и кукурузное. Самообеспеченность Ирака подсолнечным маслом остается низкой — на уровне 5–6%.

Табл. 4. Баланс ресурсов подсолнечного масла Ирака, 2018–2022 гг., тыс. тонн

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ресурсы всего</b>	<b>609,8</b>	<b>632,3</b>	<b>706,1</b>	<b>587,5</b>	<b>748,3</b>
Начальные запасы	90,0	84,7	97,3	191,1	107,6
Производство	22,9	23,0	35,9	27,9	30,0
Импорт	497,0	524,6	572,9	368,5	610,7

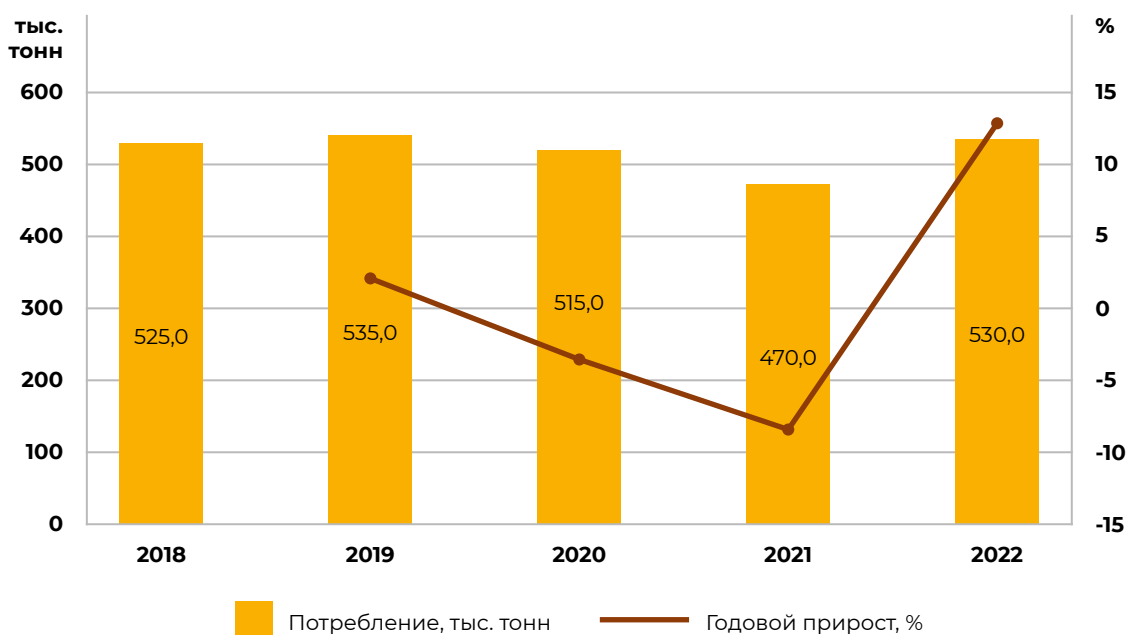
Продолжение табл. 4.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Использование всего</b>	<b>525,1</b>	<b>535,0</b>	<b>515,1</b>	<b>480,0</b>	<b>530,0</b>
<b>Внутреннее потребление</b>	<b>525,0</b>	<b>535,0</b>	<b>515,0</b>	<b>470,0</b>	<b>530,0</b>
Экспорт	0,1	0,0	0,1	10,0	0,0
Конечные запасы	84,7	97,3	191,1	107,6	218,3

Источник: USDA, FAO, ITC Trade Map

За 2018–2022 гг. потребление подсолнечного масла Ирака практически не изменялось. Снижение потребления на 9% в 2021 г. вызвано ростом цен на подсолнечное масло на мировом рынке. По состоянию на 2022 г. объем потребления восстановился до 530 тыс. тонн.

Рис. 13. Потребление подсолнечного масла Ирака, 2018–2022 гг.



Источник: USDA



Потребление подсолнечного масла на душу населения в Ираке по итогам 2022 г. находилось на уровне в 12,5 кг. Это все еще ниже показателей 2018–2019 гг., когда потребление подсолнечного масла на душу населения достигало 13,7–13,8 кг.

Рис. 14. Потребление подсолнечного масла на душу населения в Ираке, 2018–2022 гг.



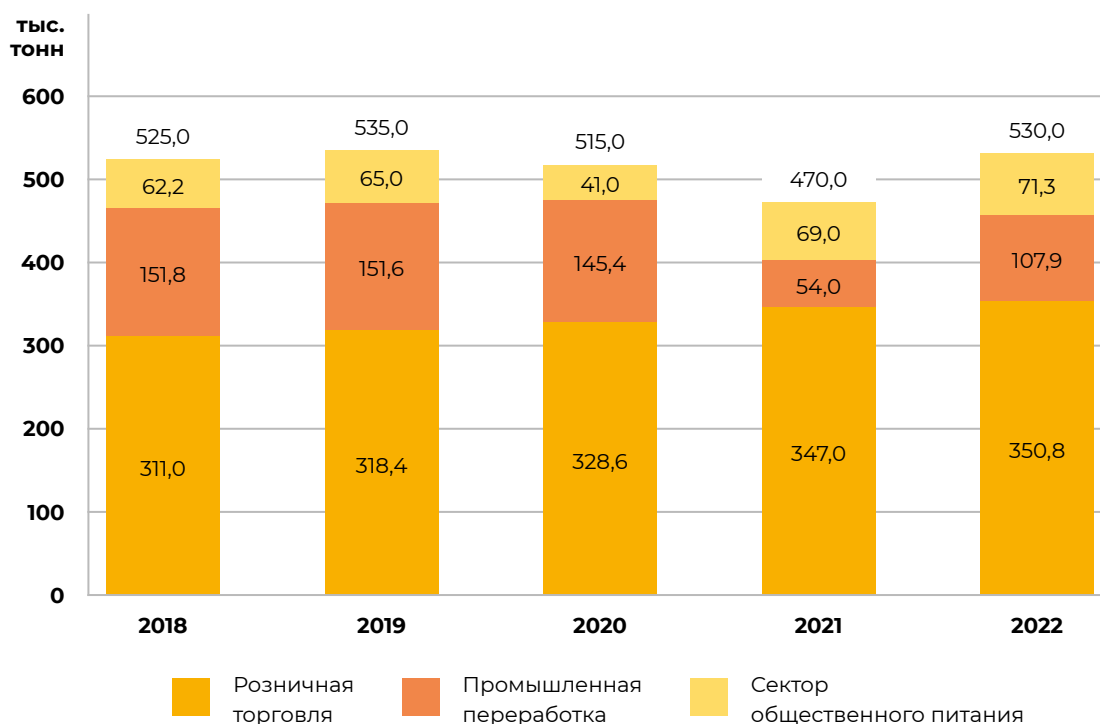
Источник: USDA

В структуре потребления подсолнечного масла Ирака по итогам 2022 г. 66,2% пришлось на розничную торговлю. Снижение потребления в данном канале продаж не было зафиксировано за 2018–2022 г.

Потребление подсолнечного масла в секторе промышленной переработки в Ираке в 2022 г. составило 107,9 тыс. тонн (20,4% общего объема), однако это ниже показателей 2018–2020 гг., когда в секторе потреблялось около 150 тыс. тонн подсолнечного масла в год.

Объемы потребления подсолнечного масла в секторе общественного питания в 2020 г. во время пандемии снизились до 41,0 тыс. тонн, но по результатам 2022 г. превысили уровень 2018–2019 гг., составив 71,3 тыс. тонн (13,4% общего объема).

Рис. 15. Структура потребления подсолнечного масла Ирака по каналам реализации, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: USDA, FAO, Euromonitor International

## Экспорт и Импорт

### Экспорт

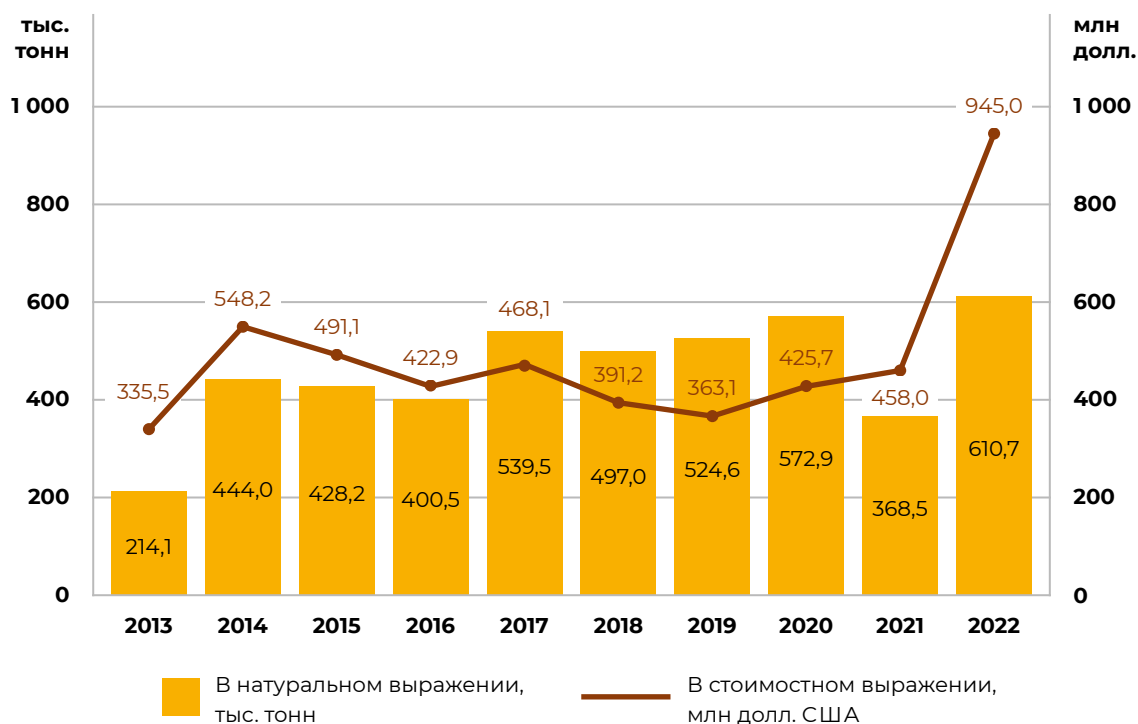
Экспорт подсолнечного масла Ирака на протяжении всего периода был незначителен. В 2021 г., согласно зеркальным данным UN Comtrade, зафиксирован экспорт сырого подсолнечного масла в Иран в объеме 10,0 тыс. тонн на 15,6 млн долл. США.

### Импорт

Ирак входит в десятку крупнейших импортеров подсолнечного масла в мире. Импорт подсолнечного масла Ирака стабильно растет. Объем импорта подсолнечного масла в 2022 г. вырос почти в три раза в натуральном и стоимостном выражении по сравнению с уровнем 2013 г.

В 2021 г. было зафиксировано разовое снижение объемов до 368,5 тыс. тонн, вызванное резким ростом мировых цен на растительные масла. Вслед за таким снижением импорт подсолнечного масла в 2022 г. составил рекордные 610,7 тыс. тонн на 945,0 млн долл. США, что на 65,7% по весу и в 2,1 раза по стоимости выше 2021 г.

Рис. 16. Импорт подсолнечного масла Ирака в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



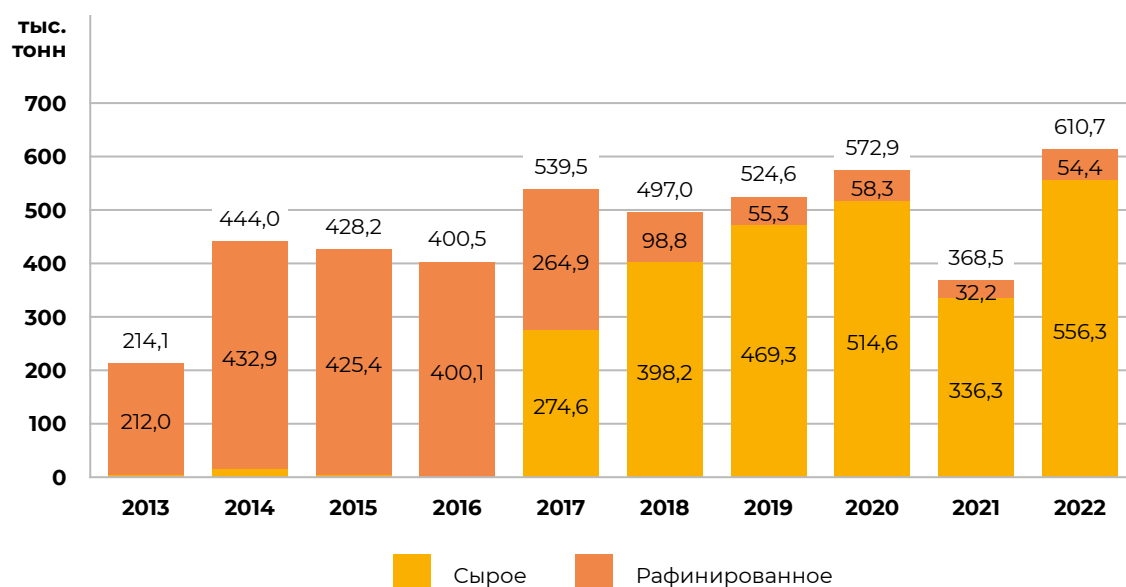
Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

До 2016 г. практически весь импорт подсолнечного масла осуществлялся в рафинированном виде. Начиная с 2016 г. в структуре импорта преобладает сырое масло. По итогам 2022 г. импорт сырого подсолнечного масла составил 556,3 тыс. тонн (91,1% иракского импорта в натуральном выражении).

Кардинальное изменение структуры импорта подсолнечного масла Ирака объясняется появлением таких крупных игроков на внутреннем рынке, как компания Etihad Food Industries Co., Ltd., которая специализируется на производстве пищевого растительного масла на одном из самых высокотехнологичных заводов страны с производственной мощностью 2 400 тонн / день и вместимостью хранилища около 90 тыс. тонн. Завод специализируется на переработке четырех типов масел: подсолнечного, кукурузного, пальмового и соевого.

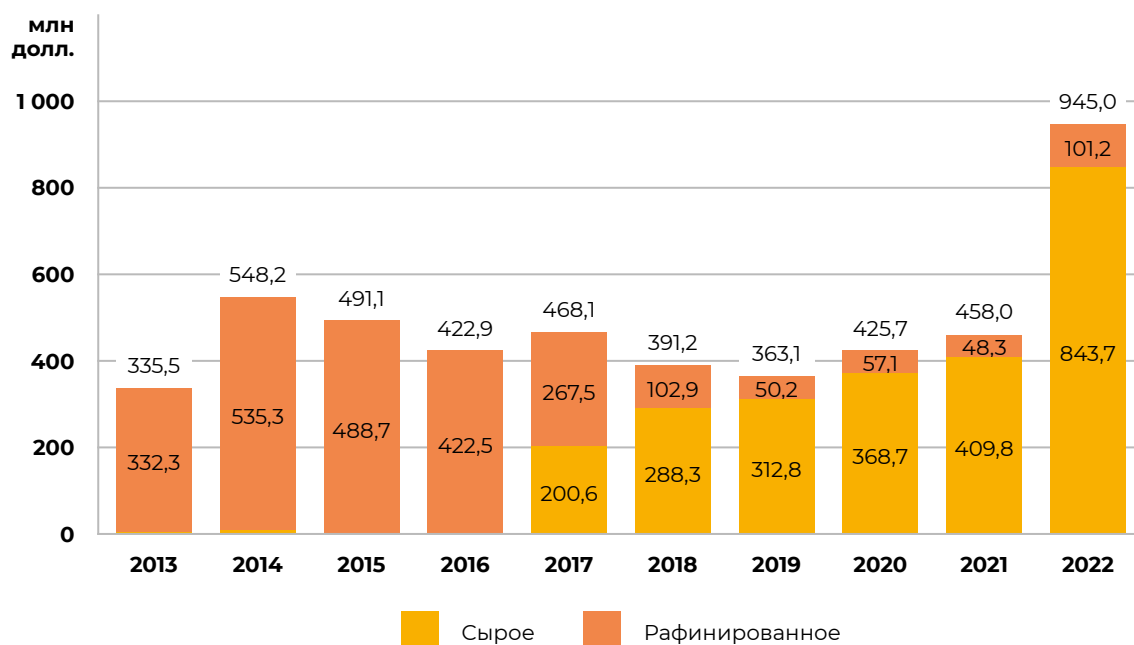
Рис. 17. Структура импорта подсолнечного масла Ирака по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Рис. 18. Структура импорта подсолнечного масла Ирака по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Основным поставщиком подсолнечного масла в Ирак в 2022 г. стала Турция, на долю которой пришлось 49,6% импорта в натуральном выражении. До этого крупнейшим поставщиком была Украина, поставляя с 2018 г. на рынок Ирака около 300–400 тыс. тонн ежегодно. Вероятно, что в 2022 г. часть объемов украинского подсолнечного масла импортировалась в Ирак через Турцию и Болгарию. Это позволило Болгарии попасть в тройку крупнейших поставщиков подсолнечного масла в Ирак по итогам 2022 г. Объемы импорта подсолнечного масла Ирака из России нерегулярны. В 2022 г. объем поставок составил 59,0 тыс. тонн или 9,7% общего объема.

Табл. 5. Импорт подсолнечного масла Ирака по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

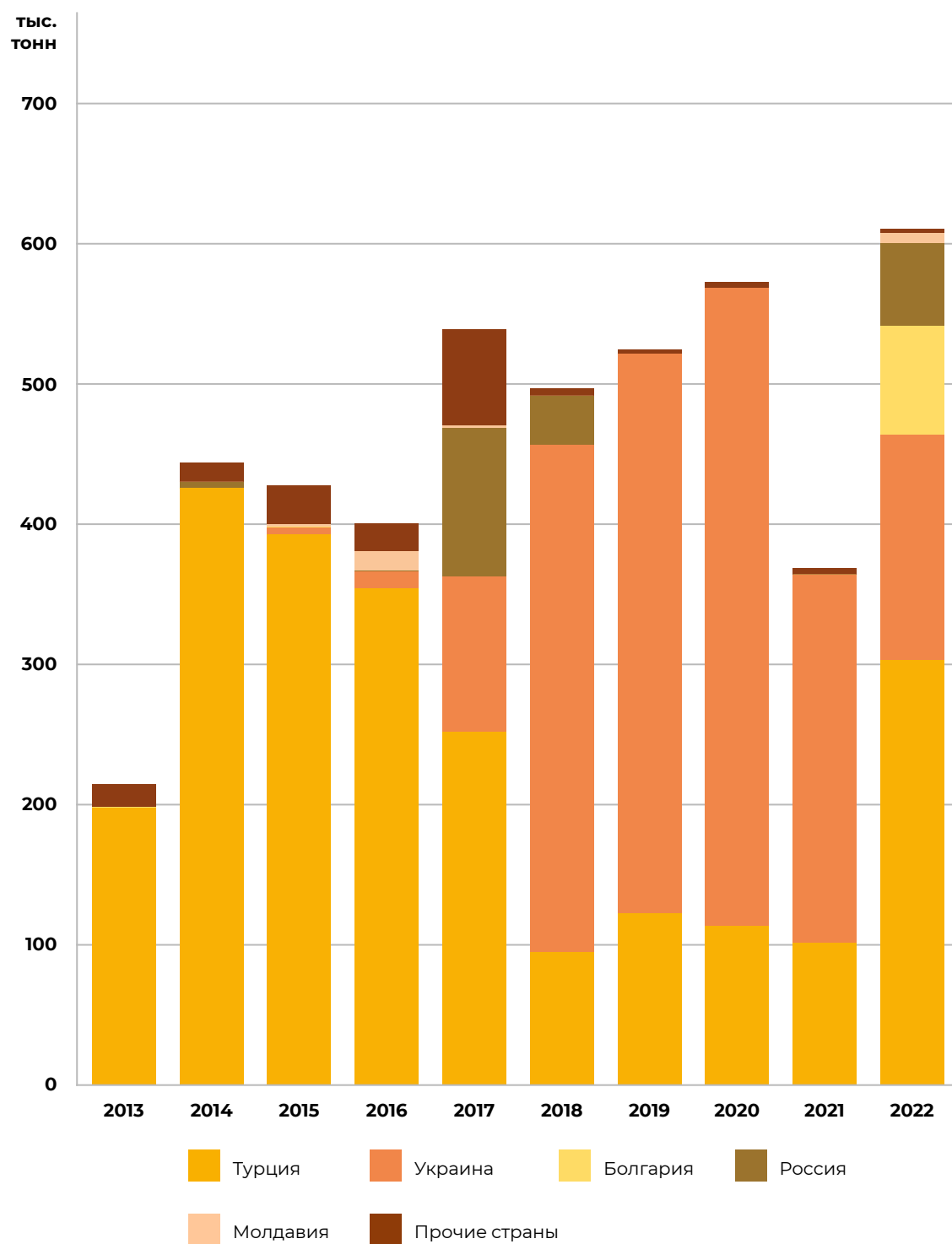
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, % 2022 г.
1	Турция	197,7	425,8	393,1	354,3	251,6	94,9	122,5	113,2	101,5	302,8	49,6
2	Украина	—	0,05	4,7	11,8	110,9	361,8	398,9	455,5	262,6	161,1	26,4
3	Болгария	0,2	—	0,3	0,5	0,1	0,1	0,02	0,02	—	77,9	12,8
4	Россия	—	4,6	0,01	0,5	106,4	35,1	0,4	0,1	—	59,0	9,7
5	Молдавия	—	—	2,4	13,8	1,5	—	—	—	—	7,2	1,2
	Прочие страны	16,3	13,6	27,7	19,6	69,1	5,1	2,8	4,1	4,4	2,7	0,4
	<b>Итого</b>	<b>214,1</b>	<b>444,0</b>	<b>428,2</b>	<b>400,5</b>	<b>539,5</b>	<b>497,0</b>	<b>524,6</b>	<b>572,9</b>	<b>368,5</b>	<b>610,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.



Рис. 19. Импорт подсолнечного масла Ирака по странам в натуральном выражении, 2013–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Табл. 6. Импорт подсолнечного масла Ирака по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

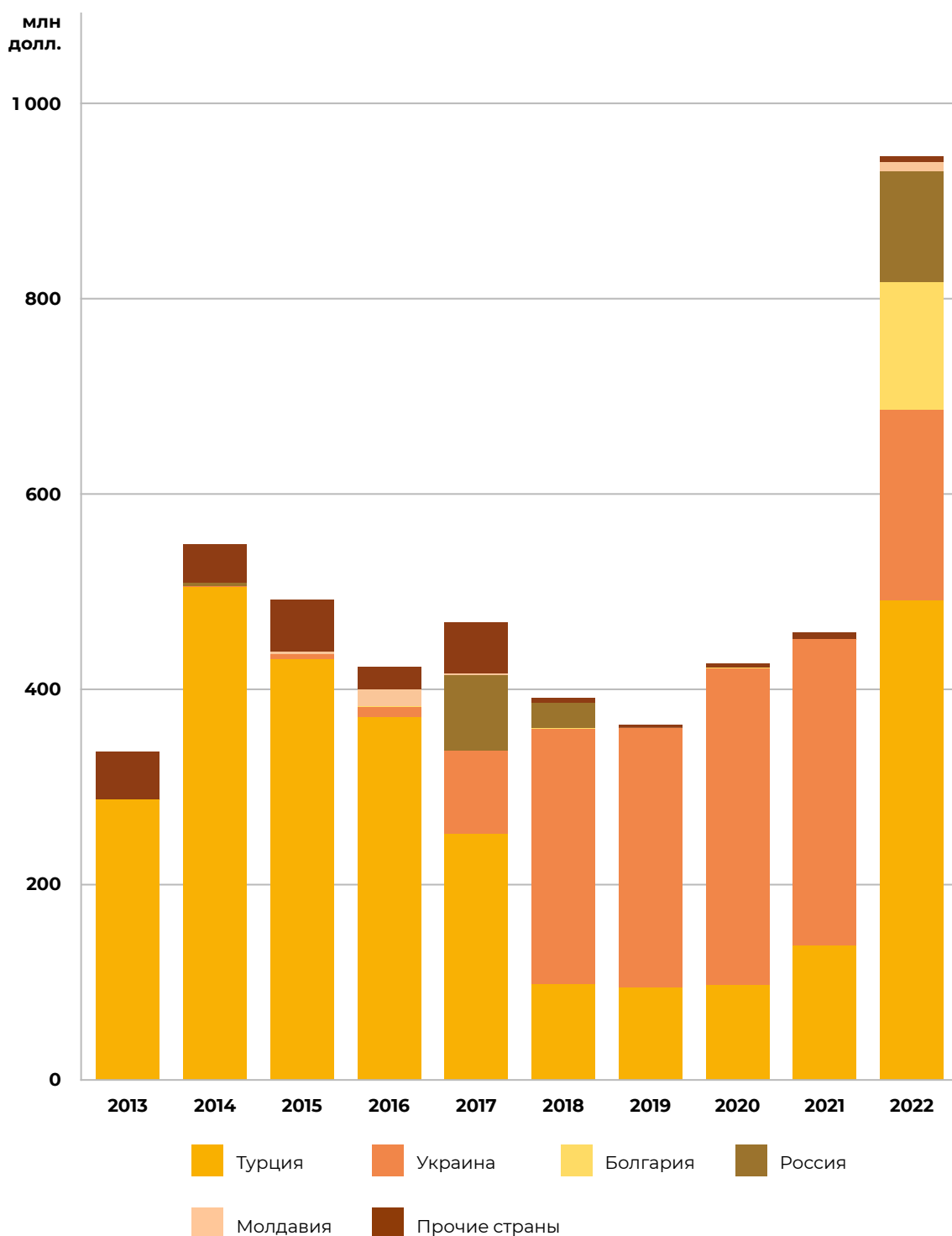
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, % 2022 г.
1	Турция	286,8	504,6	430,8	370,9	252,0	97,9	94,7	97,4	137,4	490,4	51,9
2	Украина	—	0,05	4,3	10,9	84,7	261,7	265,2	323,9	313,9	195,2	20,7
3	Болгария	0,3	—	0,3	0,5	0,1	0,1	0,02	0,02	—	130,5	13,8
4	Россия	—	3,6	0,01	0,5	77,3	25,9	0,4	0,1	—	113,7	12,0
5	Молдавия	—	—	2,8	16,4	1,7	—	—	—	—	9,6	1,0
	Прочие страны	48,4	40,0	52,9	23,6	52,2	5,6	2,7	4,3	6,7	5,5	0,6
	<b>Итого</b>	<b>335,5</b>	<b>548,2</b>	<b>491,1</b>	<b>422,9</b>	<b>468,1</b>	<b>391,2</b>	<b>363,1</b>	<b>425,7</b>	<b>458,0</b>	<b>945,0</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.



Рис. 20. Импорт подсолнечного масла Ирака по странам в стоимостном выражении, 2013–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.



Средняя импортная цена на подсолнечное масло в 2022 г. составила 1 547 долл. США за тонну, что на 24,5% выше уровня 2021 г. и в 2,1 раза выше 2020 г. Цены на поставки из Украины и Молдавии были на 21,7% и 13,4% и ниже средней, а на поставки из Турции и Болгарии выше средней на 4,7% и 8,2% соответственно. Поставки из России оказались самыми дорогими в 2022 г., цена составила 1 928 долл. США за тонну (на 24,6% выше средней).

Табл. 7. Средняя импортная цена на подсолнечное масло по странам-экспортерам, 2013-2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>1 567</b>	<b>1 235</b>	<b>1 147</b>	<b>1 056</b>	<b>868</b>	<b>787</b>	<b>692</b>	<b>743</b>	<b>1 243</b>	<b>1 547</b>	—
Россия	—	792	900	954	727	740	971	920	—	1 928	24,6
Болгария	1 594	—	855	974	1 000	1 023	950	1 000	—	1 674	8,2
Турция	1 451	1 185	1 096	1 047	1 002	1 031	773	860	1 354	1 619	4,7
Молдова	—	—	1 190	1 190	1 125	—	—	—	—	1 340	-13,4
Украина	—	1 000	922	925	764	723	665	711	1 195	1 212	-21,7

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Табл. 8. Основные страны — экспортеры подсолнечного масла на рынок Ирака в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Турция	51,9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Турция — крупнейший мировой экспортер рафинированного подсолнечного масла, которая в 2022 г. поставила на внешние рынки 640 тыс. тонн продукции на более 1 млрд долл. США;</li> <li>• Турция является традиционным поставщиком подсолнечного масла на Ближний Восток и в Африку;</li> <li>• С 2016–2017 г. турецкие компании запускают заводы по переработке растительных масел в Ираке;</li> <li>• Расширяя свою программу поддержки сельского хозяйства, правительство Турции продолжает выплачивать фермерам надбавки для стимулирования производства масличных культур, а также предлагает поддержку цен, с целью компенсации расходов на топливо и удобрения</li> </ul>

Продолжение табл. 8.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
2	Украина	20,7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Украина являлась лидером в структуре поставок подсолнечного масла в Ирак с 2018 г., занимая более 70% объемов импорта;</li> <li>Украинская компания Kernel является ведущим мировым производителем и экспортером подсолнечного масла. Продукция компании поставляется в более 80 стран, включая Ирак;</li> <li>ЕБРР в 2023 г. выделит 90 млн долл. США ведущему украинскому агрохолдингу МХП для стимулирования производства подсолнечного масла и его дальнейшего экспорта</li> </ul>
3	Болгария	13,8	<ul style="list-style-type: none"> <li>На протяжении всего рассматриваемого периода Болгария поставляла на рынок Ирака лишь незначительные объемы подсолнечного масла за исключением 2014 и 2021 гг., когда поставок вовсе не было. В 2022 г. страна заняла третье место среди стран-импортеров, экспортировав продукции на 130,5 млн долл. США, что вероятнее всего является реэкспортом украинской продукции</li> </ul>
4	Россия	12,0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Продолжающийся рост производства подсолнечника и мощный перерабатывающий сектор. В 2022 г. в России произведено 16,4 млн тонн подсолнечника;</li> <li>Доступность семян подсолнечника для переработки обеспечивает ценовое преимущество на мировом рынке;</li> <li>Российское производство подсолнечного масла в 2022 г. увеличилось на 14% по сравнению с показателем 2021 г. и составило 5,9 млн тонн</li> </ul>

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

## 2.2. Потребительские предпочтения

Растительные масла были и остаются важным ингредиентом традиционной иракской кухни и ее наиболее популярных блюд уже несколько тысячелетий. Два основных вида масла, которые потребляются в регионе, — подсолнечное и пальмовое. Подсолнечное масло используется в большом объеме для приготовления мяса и хлеба.

Еда играет важную роль в традициях фестивалей и праздников в стране. Частью основных религиозных и культурных событий является приготовление большого количества еды. Иракский рацион основан на потреблении мяса и рыбы.

По данным USDA, потребление растительных масел в Ираке превышает 22 кг на человека в год. Ожидается, что этот показатель будет увеличиваться, что объясняется несколькими факторами, в том числе:

- растущим спросом на высококачественные пищевые масла, которые богаты витамином E, мононенасыщенными и полиненасыщенными жирными кислотами. Масла, у которых высокая точка дымления, что помогает сохранить пищевую ценность при более высоких температурах. Производители прилагают усилия для создания пищевых масел и жиров, ориентированных на более разборчивых потребителей;
- ростом городского населения;
- ростом доходов населения;
- увеличением потребления готовых продуктов, в основе которых также лежит масло — это ключевой фактор роста потребления подсолнечного масла в стране. Изменение образа жизни и пищевых привычек ведут к росту спроса на готовые к употреблению упакованные продукты питания. Это способствует росту рынка подсолнечного масла в Ираке;
- ростом туристического сектора. Из-за десятилетий войны, закрытых режимов и периодической политической нестабильности иракский туристический сектор в настоящее время недостаточно развит. Однако, по мере улучшения политической ситуации и экономического развития Ирак может стать глобальным туристическим направлением, поскольку давно считается местом паломничества, хотя в настоящее время еще не очень многолюдным. Однако на сегодняшний день политическая нестабильность в стране, пусть в меньшей мере, но мешает развитию туризма.

По состоянию на июнь 2023 г. средние цены подсолнечного масла в розничных интернет-магазинах Ирака составляют 1,5–2,0 долл. США за литр в зависимости от размера упаковки. Наиболее популярные размеры 0,75 л, 0,9 л, 1,0 л, 1,5 л, 1,8 л, 2,0 л и 3,0 л. Подсолнечное масло поставляется в основном в ПЭТ-бутылках, реже в стеклянных бутылках. Для сектора общественного питания предлагаются пластиковые бутылки и банки размером 4 л и 5 л, а также жестяные канистры 4 л, 5 л, 8 л, 10 л, 16 л и 18 л.

## **2.3. Торгово-распределительная сеть**

Продажи подсолнечного масла в Ираке фактически делятся на два направления реализации: через государственный сектор в рамках государственной системы распределения продовольствия (ГСР) и через коммерческие каналы (розничная торговля, оптовая торговля, сектор общественного питания и т.д.). Оба направления сбыта имеют свои особенности и в разной степени «открыты» для российских компаний, однако ситуация в Ираке является динамичной и быстро меняется, и, возможно, в ближайшем будущем станет сложнее выйти на государственный сектор.

### **Государственная система распределения продовольствия**

Ирак стал чистым импортером продовольствия 40 лет назад, и в настоящее время около 70% продовольствия страны импортируется из-за рубежа<sup>1</sup>. Иракская государственная система распределения (ГСР) является на сегодняшний день крупнейшей государственной продовольственной программой в мире и, пожалуй, самой значительной программой иракского правительства — на нее уходит 21% государственных доходов. Почти все население Ирака имеет право на получение продовольственного пайка за символическую плату (эквивалентную 0,16 долл. США на человека в месяц), и каждому получателю полагается литр подсолнечного масла в месяц. Это составляет примерно половину всего рынка подсолнечного масла, и правительство планирует в ближайшем будущем обеспечить полное покрытие спроса ГСР продукцией местных заводов рафинации.

Масштаб программы настолько велик, что она неизбежно оказывает влияние на остальную часть рынка розничной торговли продуктами питания. Хотя правительство напрямую не устанавливает розничные цены на все продовольственные товары, но с помощью ГСР удерживает цены на внутреннем рынке на низком уровне, вбрасывая на рынок большое количество продовольствия.

---

<sup>1</sup> The World Bank, Economic and Social Development Unit — Considering the future of the Iraqi Public Distribution System.

Это в значительной степени влияет на сегмент подсолнечного масла как на один из базовых продуктов ГСР, при этом цены на него в Ираке обычно ниже, чем в соседних странах.

Оставаясь под управлением Министерства торговли Ирака, ГСР реализуется через систему государственных организаций и частных компаний. При этом импорт, переработка и хранение продуктов в основном осуществляются государственными предприятиями, в то время как дистрибуция и мероприятия по розничной торговле в большинстве своем делегируются на договорной основе иракским компаниям частного сектора.

В годы экономических санкций все продовольственные товары, реализуемые в рамках ГСР, производились за рубежом и импортировались Министерством торговли. В настоящее время в рамках программы также реализуются товары местного производства (в частности, иракское рафинированное подсолнечное масло).

Местным продовольственным компаниям оказывается помощь в поставке на внутренний рынок высококачественных семян подсолнечника; в рамках данной программы помощи они заключают контракты на поставку Министерству торговли большого количества подсолнечного масла для распределения через ГСР.

Посредством государственной системы распределения продовольствия Министерство торговли Ирака продолжает обеспечивать большую часть иракцев пятью основными продовольственными товарами (пшеничной мукой, растительным маслом, рисом, сахаром и детским питанием) по низким льготным ценам. В Ираке существует несколько тысяч государственных точек отпуска продукции в рамках ГСР (обычно они управляются частным образом на контрактной основе). Качество и доступность продукции в этих точках очень сильно варьируется; кроме того, точки отпуска продовольствия ГСР не уполномочены сбывать продукты питания вне государственной программы продовольственных карточек.

До недавнего времени при организации крупных тендеров по поставке рафинированного подсолнечного масла для распределения правительство Ирака в значительной степени полагалось на иностранные компании. Как уже говорилось ранее, Ирак не может удовлетворить спрос на подсолнечное масло только за счет внутреннего производства и в значительной степени зависит от импорта как сырого, так и рафинированного масла, а также семян подсолнечника. Основным источником такого масла была Турция. В последние годы правительство Ирака решило повысить государственную продовольственную безопасность и снизить зависимость от иностранного импорта многих базовых продуктов питания, что открывает возможности для расширения российского экспорта. Это, в том числе, касается перспектив поставок как нерафинированного подсолнечного масла для последующей переработки на иракских заводах, так и конечной продукции — рафинированного подсолнечного масла для распределения в рамках ГСР.

## Оптовая торговля

Совокупный объем сектора оптовой и розничной торговли всеми видами товаров в Ираке сравнительно невелик и по состоянию на 2020 г. оценивался примерно в 16,4 млрд долл. США.

В секторе оптовой торговли в Ираке существуют три модели ведения бизнеса:

- оптовые предприятия, которые действуют в качестве агентов от имени импортеров. Они не несут ответственности за поставку, не являются собственниками реализуемой продукции, а лишь взимают комиссию с импортеров за оказание посреднических услуг по организации сделок;
- оптовые предприятия/дистрибьюторы, обладающие правом собственности на реализуемую продукцию и предоставляющие услуги доставки по запросу;
- дистрибьюторы, предоставляющие услуги по хранению и доставке продукции импортерам, оптовикам или розничным предприятиям.

Оптовые рынки в Ираке, как правило, небольшие и сильно фрагментированы по сравнению с рынками более развитых стран. Из-за неразвитости инфраструктуры существуют трудности с транспортировкой продукции по территории страны, поэтому рынки охватывают только близлежащие к своей локации районы. Крупные предприятия розничной торговли чаще всего закупаются у оптовиков, основным из которых стоит выделить компанию Khudairi Group.

## Традиционная розничная торговля

Традиционные точки розничной торговли в Ираке включают в себя уличные рынки, супермаркеты и универсамы. По данным торговой палаты Ирака, в стране насчитывается около 100 тыс. зарегистрированных частных предприятий розничной продуктовой торговли (где иракцы совершают около 55% своих расходов на продукты) и около 200 тыс. незарегистрированных мелких розничных торговцев (у которых иракцы тратят до 45% своего бюджета на продукты). Крупные компании розничной торговли, обычно из Турции, как правило, продают подсолнечное масло более высокого качества в бутылках меньшего объема (1 л), при этом мелкие розничные предприятия чаще всего продают масло более низкого качества в крупных (промышленных) упаковках (по 5 л и более), что пользуется спросом у владельцев ларьков общепита и т.д.

## Уличные рынки

Рынки под открытым небом являются традиционным и наиболее распространенным для большинства иракцев способом покупки продуктов питания, в том числе масел. При этом перечень брендов, представленных на таких рынках, очень широк, однако актуальной остается проблема контрафактной продукции и подделок. На таких рынках редко торгуют высококачественным маслом, отдавая предпочтение количеству, а не качеству.

## Супермаркеты

Крупные супермаркеты западного типа встречаются в Ираке относительно редко, хотя в последние годы наблюдается тенденция их распространения, особенно в Иракском Курдистане. Курдское население, кроме того, менее охотно, чем на остальной территории Ирака, покупает турецкие продукты, и местные супермаркеты проявляют растущий интерес к диверсификации продуктов в пользу нетурецких брендов.

Основными каналами реализации являются гипермаркет Carrefour, гипермаркет City Centre (магазины Hewa), супермаркет Warda, супермаркет World Mall. Эти магазины предлагают подсолнечное масло различной фасовки высокого качества. Подсолнечное масло имеет в таких супермаркетах стабильный спрос. Продукция турецкого производства в среднем дороже местной на 20%. Сегмент подсолнечного масла сталкивается с возросшей конкуренцией со стороны других видов масла, которые стоят дороже, но считаются более здоровой альтернативой, чем подсолнечное.

Рис. 21. Первый гипермаркет Carrefour в г. Эрбиль



Рапсовое масло продается в супермаркетах Ирака по цене около 5 долл. США за 1 л и считается продуктом премиум-класса с уровнем продаж на порядок ниже, чем подсолнечное масло, вследствие крайне небольшого числа населения, располагаемые доходы которых позволяют регулярно потреблять продукцию такого ценового сегмента.

## Электронная торговля

Население Ирака все чаще использует онлайн-площадки для совершения покупок (хотя размеры покупок продуктов питания гораздо ниже, чем одежды, электроники и прочих потребительских товаров). По данным Всемирного банка, в 2017 г. интернетом пользовались 26% населения Ирака, а в 2022 г. уже более 50% населения являются пользователями интернета. Также увеличивается и распространенность смартфонов: в 2021 г. число подключенных к интернету мобильных устройств составило 40 млн, что соответствует 98% населения страны.

Электронная торговля в Ираке имеет два направления. Первое — покупки конечными потребителями непосредственно на крупных международных онлайн-ресурсах, таких, как Amazon, Voohoo, eBay или Alibaba. Второе — закупки предприятиями сферы МСП, приобретающими товары и продукты на крупных торговых онлайн-площадках с целью их последующей перепродажи мелким оптом и в розницу на иракском рынке. И в том, и в другом случае основной причиной интернет-покупок является возможность найти продукты, недоступные по другим каналам торговли непосредственно на внутреннем рынке.

Хотя электронная торговля имеет свои преимущества для иракских потребителей (например, возможность сравнивать товары и цены, приобретать иностранные товары и товары, недоступные в других торговых точках), данный канал продаж пока недостаточно развит. Одним из ключевых препятствий на пути развития электронной коммерции является слабо развитая техническая инфраструктура. Как правило, интернет-соединение медленное и дорогое, при этом существуют серьезные ограничения по работе провайдеров. Не менее важной проблемой, замедляющей рост электронной торговли, является низкий уровень компьютерной грамотности иракского населения. Основным же препятствием для развития онлайн-торговли, является то, что иракские потребители по ряду причин предпочитают платежи наличными деньгами (невысокий уровень доверия к локальным иракским банкам, низкое проникновение системы электронных платежей и системы кредитных карт и т.д.).

Основные площадки электронной торговли в Ираке:

- [amal.com](http://amal.com)
- [opensooq.com](http://opensooq.com)
- [dasy2.com](http://dasy2.com)

## Сектор общественного питания

Гостиничный и ресторанный бизнес в Ираке существенно отстает от других стран региона аналогичного размера. Из-за проблем с безопасностью в недавнем прошлом многие крупные ресторанные сети не смогли организовать свое присутствие, а сектор гостиничного бизнеса находится в стагнации из-за недостаточного потока клиентов.



Ожидается, что в перспективе важность данного сегмента рынка будет увеличиваться вследствие повышения благосостояния населения Ирака, привлечения иностранных инвестиций и увеличения туристического потока, при условии сохранения страной курса, направленного на достижение политической и экономической стабильности.

## **2.4. Конкурентная среда и участники рынка**

### **Ведущие компании на рынке подсолнечного масла Ирака**

По состоянию на 2022 г. в Ираке работают 4 государственных и 7 частных крупных заводов по производству и переработке растительных масел.

Двумя ведущими местными игроками являются Etihad Food Industries, которая производит и коммерциализирует свой собственный бренд, а также упаковку для других брендов, и AVES A.S. — дочерняя компания ведущего турецкого производителя подсолнечного масла Aves Oil and Food Inc.

#### **Etihad Food Industries Co., Ltd.**

Etihad Food Industries Co., Ltd. — иракская компания, была основана в 2012 г. в регионе Медхатия в провинции Вавилон. В начале 2015 г. запустила производство сахара. В настоящее время производственная мощность составляет 3 600 тонн рафинированного белого сахара в день. В компании работает более 2 000 сотрудников. Имеет международные сертификаты ISCC-EU и GMP + на сахар и масло.

В конце 2016 г. Etihad Food Industries Co., Ltd. запустила производство по рафинации растительного масла стоимостью 100 млн долл. США. Данный завод рассчитан на переработку 2 400 тонн масла в сутки с перспективой увеличения, при объеме хранилища в 90 тыс. тонн. Компания Etihad закупает сырое подсолнечное масло каждые два-три месяца на регулярных торгах по приглашению крупных торговых фирм. Ежегодно компания производит около 200 тыс. тонн переработанного масла (110 тыс. тонн продается через государственную систему распределения продовольствия (ГСП), остальные 90 тыс. тонн продаются в частный сектор).

Завод по производству рафинированного подсолнечного масла был запущен в рамках курса на импортозамещение. Компания заявила, что планирует удовлетворять потребности как государственной системы распределения, так и внутреннего частного рынка. Спрос в каждом из каналов сбыта составляет около 450 тыс. тонн переработанного масла в год (итого около 900 тыс. тонн).



Источник: <https://www.etihad.iq/>

Транспортное подразделение Etihad располагает 210 грузовиками для перевозки сахара-сырца и 100 автоцистернами для доставки нерафинированного растительного масла из порта Умм-Каср, а также для транспортировки конечной продукции компании на местные рынки.

Etihad может перерабатывать четыре вида масел: подсолнечное, кукурузное, пальмовое и соевое. В настоящее время компания производит рафинированное подсолнечное масло в литровых пластиковых бутылках. Etihad недавно установил новые производственные линии для розлива растительных масел в бутылки специальных размеров и форм (0,75; 0,9; 1; 1,8; 2 л). В ассортименте компании представлены бренды Al Dar, Lazord, Fayroz и Al Sawsan.



Источник: <https://www.etihad.iq/>

## AVES A.S

Турецкая компания AVES (<https://www.avesenerji.com/>; [www.avesas.com.tr](http://www.avesas.com.tr)) также является крупным поставщиком рафинированного подсолнечного масла для ГСР, используя мощности своего перерабатывающего завода стоимостью 100 млн евро в Эрбиле (Северный Ирак). Этот завод начал работу в 2013 г. Подавляющее большинство переработанного масла, произведенного на заводе в Эрбиле, реализуется через ГСР под брендом Safya. Суточная мощность иракского завода по рафинации составляет 500 тонн.



Источник: <http://www.avesenerji.com/>

За более чем 20-летний срок работы в сфере международной торговли сырьевыми товарами AVES стала ведущим участником по производству, хранению и поставкам растительных масел, производству биодизеля, проведению погрузочно-разгрузочных работ в море. AVES закупает семена масличных культур, таких как соевые бобы, кукуруза и семена подсолнечника, напрямую у фермеров в Украине и России, а также поставляет сырое подсолнечное масло напрямую с маслоэкстракционных заводов России. Эти продукты продаются конечным потребителям через офисы AVES и совместные дистрибуционные предприятия в России, Украине, Швейцарии и ОАЭ. Поставки подсолнечного масла бренда SAFYA осуществляются в более чем 60 стран.

AVES обеспечивает 35% поставок подсолнечного масла в Турцию и является владельцем крупнейшего и полностью интегрированного завода по переработке масличных культур и биодизельного топлива в Турции в провинции Мерсин, где находятся две отдельные разливочные установки с объемом розлива 1 100 тонн в день. Завод в Мерсине обладает мощностями по переработке

семян масличных культур в объеме 450 тыс. тонн; мощностями по рафинации в объеме 200 тыс. тонн; системой складского хранения на 5 000 паллетных стеллажей, расположенной на площади в 3 000 м<sup>2</sup>; силосным складом объемом 84 000 м<sup>3</sup> и резервуарным парком — 28 000 м<sup>3</sup>.

AVES имеет большое преимущество по сравнению с конкурентами по затратам на логистику. Благодаря своему стратегическому расположению вблизи порта Мерсин, платформе SAVKA, и логистическому парку из 70 автоцистерн и 30 зерновозов.



Источник: <http://www.avesenerji.com/>

В дополнение к значительной и растущей внутренней переработке сырого подсолнечного масла компаний Etihad и AVES, потребность Ирака в этой продукции удовлетворяется за счет импорта рафинированного подсолнечного масла от четырех компаний из Турции:

- [Marsan Gida San Ve Tic A.S.](#);
- [Anadolu Group](#);
- [ZER](#);
- [ГК Altunkaya](#) — имеет собственную систему дистрибуции на территории Ирака.

Точных данных о доле рынка каждой из вышеупомянутых компаний и брендов нет, однако по оценкам, в совокупности они контролируют около 70% розничного рынка за рамками государственной системы распределения продовольствия.

# Стандарты на растительное масло

---

A glass pitcher filled with golden-yellow oil, surrounded by sunflower seeds on a burlap background. The oil has a slight foam on top. The scene is lit with warm, natural light, creating a rustic and healthy atmosphere.

**3**



В Ираке в качестве консультанта по вопросам контроля качества и стандартизации для государственных министерств и государственных предприятий выступает Центральная организация по стандартизации и контролю качества ([COSQC](#)), являющаяся независимым государственным учреждением, которое было создано в 1979 г. COSQS поддерживает отношения с международными организациями по стандартизации. Организацию возглавляет президент и заместитель министра планирования. Она состоит из трех управлений, возглавляемых генеральными директорами, под началом президента.

Пищевые стандарты Ирака основаны на стандартах Комиссии Кодекса Алиментариус, а также на нормативных актах и стандартах соседних государств (Египет, Иордания и Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива). КРГ достигло соглашения со своими коллегами в Багдаде о принятии тех же принципов стандартизации и контроля качества, которые были выпущены COSQC. Правила чаще всего касаются качества продукта, а также маркировки и спецификации упаковки.

Для подсолнечного масла применяется следующий основополагающий стандарт — «CODEX STAN CXS 210-1999»<sup>2</sup> «Стандарт на поименованные растительные масла».

Настоящий стандарт распространяется на растительные масла, в том числе и на подсолнечное масло, представленные в виде, пригодном для непосредственного употребления в пищу.

В указанном стандарте перечислены основные показатели качества масел, содержатся требования к загрязняющим веществам в маслах, санитарно-гигиенические требования, химические и физические характеристики масел, требования к маркировке и т.д.

Производство и последующее обращение продуктов рекомендуется осуществлять с соблюдением требований соответствующих разделов «Общих принципов гигиены пищевых продуктов» ([CXC 1-1969](#)) и других соответствующих документов Кодекса Алиментариус, таких как кодексы гигиенической практики и своды правил Кодекса.

Продукты должны соответствовать всем микробиологическим критериям, предусмотренным «Принципами и методическими указаниями по установлению и применению микробиологических критериев, касающихся пищевых продуктов» ([CXC 21-1997](#)).

---

<sup>2</sup> <https://clck.ru/364YFM>

Стандарты на растительное масло

Табл. 9. Жирнокислотный состав растительных масел, определенный методом ГЖХ с использованием аутентичных образцов (в процентах от общего содержания жирных кислот)

Жирная кислота	Подсолнечное масло	Подсолнечное масло высокоолеиновое	Подсолнечное масло среднеолеиновое
C6:0	НО	НО	НО
C8:0	НО	НО	НО
C10:0	НО	НО	НО
C12:0	НО-0,1	НО	НО
C14:0	НО-0,2	НО-0,1	НО-1
C16:0	5,0-7,6	2,6-5,0	4,0-5,5
C16:1	НО-0,3	НО-0,1	НО-0,05
C17:0	НО-0,2	НО-0,1	НО-0,05
C17:1	НО-0,1	НО-0,1	НО-0,06
C18:0	2,7-6,5	2,9-6,2	2,1-5,0
C18:1	14,0-39,4	75-90,7	43,1-71,8
C18:2	48,3-74,0	2,1-17	18,7-45,3
C18:3	НО-0,3	НО-0,3	НО-0,5
C20:0	0,1-0,5	0,2-0,5	0,2-0,4
C20:1	НО-0,3	0,1-0,5	0,2-0,3
C20:2	НО	НО	НО
C22:0	0,3-1,5	0,5-1,6	0,6-1,1
C22:1	НО-0,3	НО-0,3	НО
C22:2	НО-0,3	НО	НО-0,09
C24:0	НО-0,5	НО-0,5	0,3-0,4
C24:1	НО	НО	НО

Примечание. НО — ниже предела обнаружения, принимается при содержании не более 0,05%.



Табл. 10. Показатели качества

**Цвет, запах и вкус** каждого продукта должны быть характерными для конкретного продукта. Продукт не должен иметь посторонних и прогорклых запаха и вкуса.

Летучие вещества при 105°C	0,2% по массовой доле
Нерастворимые примеси	0,05% по массовой доле
Содержание мыла	0,005% по массовой доле

**Железо (Fe)**

Рафинированные масла	1,5 мг/кг
Масла прямого отжима	5,0 мг/кг

**Медь (Cu)**

Рафинированные масла	0,1 мг/кг
Масла прямого отжима	0,4 мг/кг

**Кислотное число**

Рафинированные масла	0,6 мг КОН/г масла
Масла холодного и прямого отжима	4,0 мг КОН/г масла

**Перекисное число**

Рафинированные масла	до 10 мэкв активного кислорода/кг масла
Масла холодного и прямого отжима	до 15 мэкв активного кислорода/кг масла

Табл. 11. Химические и физические характеристики нерафинированных растительных масел

Химические и физические характеристики нерафинированных растительных масел	Подсолнечное масло	Подсолнечное масло высокоолеиновое	Подсолнечное масло среднеолеиновое
Относительная плотность (х °С/вода при 20 °С)	0,909-0,915 х=25 °С	0,914-0,916 х=20 °С	0,923-0,925 25 °С/вода при 25 °С
Показатель преломления (НО 40 °С)	1,467- 1,471 при 25 °С	1,461- 1,471 при 25 °С	1,472-1,475 при 25 °С; 1,469-1,471 при 40 °С
Число омыления (мг КОН/г масла)	182-194	190-191	189-198
Йодное число	78-90	94-122	132-162
Неомыляемые вещества (г/кг)	≤ 15	<15	≤20

На сайте [COSQS](#) представлены следующие стандарты, применимые к подсолнечному маслу:

- стандарт №451/1998, который распространяется на масла и жиры и их смеси, пригодные для употребления в пищу человеком;
- стандарт №1373/1988, который устанавливает общие требования к пищевому растительному маслу;
- стандарт №1582/2012, который устанавливает требования к подсолнечному маслу.

Стоит отметить, что иракские стандарты защищены авторским правом и для возможности их рассмотрения должны быть приобретены.

### 3.1. Сертификат соответствия

С 2011 г. в Ираке для большинства импортируемых продуктов, включая переработанные продукты питания, действует «Программа предотгрузочной инспекции, тестирования и сертификации товаров, поставляемых в Ирак» (ICIGI). Целью ICIGI является ограничение импорта.

Экспортер для проверки должен предоставить следующие документы:

- запрос на сертификацию (указывая место въезда в Ирак);
- счет-проформу;

- аккредитив (если применимо);
- документы, подтверждающие соответствие продукции (протоколы испытаний/исследований, сертификаты качества и т.д.);
- документы СМК предприятия (ISO 9000, ISO 22000).

После завершения проверки с удовлетворительным результатом, включая физическую инспекцию, экспортеру необходимо будет предоставить следующие документы для выпуска сертификата соответствия:

- инвойс;
- транспортные документы (коносамент, авианакладную и т.д.).

Если в процессе проверки выявлены несоответствия требованиям стандартов и техническим условиям Ирака, экспортер будет проинформирован для проведения корректирующих действий. В случае если несоответствия не устранены, будет выдан отчет о несоответствии «Non Conformity Report» (NCR).

Таможня Ирака проверяет сертификат соответствия в процессе таможенного оформления. Непредоставление соответствующего сертификата соответствия приведет к тому, что всей партии будет отказано в прохождении границы.

По прибытии продукты питания также подлежат проверке. Существующая система тестирования импортируемой продукции при пересечении границы подразумевает участие трех органов: COSQC осуществляет проверку всех продуктов питания путем отбора образцов на границе и направления их на исследования в лабораторию Багдада, этот процесс занимает не менее пяти дней.

## **3.2. Требования к упаковке и сроку годности**

В 1989 г. Ирак выпустил стандарт №IQS/230/1989 «Этикетки расфасованных и консервированных продуктов. Общие требования». В нем указаны требования к упаковке пищевых продуктов:

- весь используемый упаковочный материал должен быть надлежащего качества;
- размер или объем продукта питания должен быть пропорциональным внешней упаковке, необходимо использовать подходящие материалы для защиты пищевых продуктов, но не для введения потребителей в заблуждение;
- упаковочный материал должен быть чистым и не допускать какого-либо загрязнения;

- упаковочный материал должен сохранять свойства упакованного продукта и защищать его от появления нежелательных запахов и привкусов;
- при необходимости упаковочный материал должен обеспечивать защиту продукта от загрязнения микроорганизмами, насекомыми, грызунами и грязью;
- упаковочный материал должен быть непроницаемым для влаги;
- упаковочный материал должен защищать продукты от воздействия окружающей среды и механического воздействия, а также обеспечивать отсутствие повреждений продукта при транспортировке и хранении;
- упаковочный материал не должен воздействовать на продукт в результате контакта с составляющими веществами, которые могут вступать в реакцию или смешиваться с пищевым продуктом.

Стоит отметить, что иракский [стандарт №IQS/230/1989](#) защищен авторским правом и для возможности его рассмотрения должен быть приобретен.

Первое иракское постановление о сроке годности пищевых продуктов, «Руководство по сроку годности при хранении пищевых продуктов», было принято в 1986 г. Позже был утвержден «Общий стандарт Ирака №1847/1994». Документ был обновлен в 1999 г., а в 2001 г. была принята поправка о сроке годности продуктов.

Стандартная спецификация №IQS/1847/1999 определила требования к сроку годности для большинства пищевых продуктов. Для продуктов со сроком хранения более трех месяцев на упаковке продукта должна указываться дата производства и срок годности партии, месяц/год. В отношении пищевых продуктов со сроком годности более одного года в разрешении на ввоз будет отказано, если остается менее половины срока годности продукта.

Срок годности обозначается четкими и однозначными датам изготовления и истечения срока годности. Использование любого из следующих утверждений для указания срока годности является допустимым:

- «Срок годности».
- «Годен до» (указать дату).
- «Использовать до».
- «Реализовать до даты» (для продуктов питания, срок годности которых превышает 3 месяца).

Дата производства и срок годности должны быть четко указаны на этикетке упаковки следующим образом:

- «ДД-ММ-ГГ» — для продуктов питания со сроком годности менее трех месяцев.
- «ММ-ГГ» — для пищевых продуктов, срок годности которых превышает три месяца.

Определенные типы продуктов питания имеют минимальный срок годности, который истекает до того, как они будут разрешены для продажи в Ираке. Для жиров и масел минимальные требования следующие:

Масло в стеклянной таре	1 год	Нормальные условия хранения
Масло в металлической таре	2 года	Нормальные условия хранения
Масла и растительные жиры Все виды упаковки	2 года	Нормальные условия хранения
Гидрогенизированные растительные жиры Все виды упаковки	2 года	Нормальные условия хранения
Кунжутный сироп в стеклянной таре	1 год	Нормальные условия хранения
Кунжутный сироп в металлической таре	1 год	Нормальные условия хранения

### 3.3. Требования к маркировке

Требования к маркировке расфасованных и консервированных продуктов изложены в стандарте пищевых продуктов Ирака № IQS/230/1989. Эти требования были разработаны в 1973 г. и обновлены в 1978 г. Центральной организацией по стандартизации и контролю качества (COSQC) по согласованию с Технической комиссией по стандартизации молочных продуктов и консервированных продуктов.

- Ни один пищевой продукт не должен быть представлен на рынке без этикетки.
- Ни один пищевой продукт не должен маркироваться так, чтобы его можно было спутать с другим пищевым продуктом.
- Маркировка пищевых продуктов должна иметь четкое обозначение, доступное для прочтения при покупке и потреблении. Скрывать информацию за изображениями или надписями запрещается. Кроме того, размер обозначения должен быть читабельным, отличным от цвета фона этикетки.

- Если упаковка покрыта внешним слоем, она должна отображать все необходимые сведения и не должна скрывать маркировку, особенно на продуктах питания. На этикетке должен быть указан вес нетто или объем, которые будут визуально заметны для потребителя.
- Должна быть представлена информация о способе производства и о том, как продукт следует использовать.

Все экспортируемые в Ирак фасованные продукты питания должны иметь маркировку как минимум на арабском и английском языках и содержать следующую информацию:

- наименование продукта;
- список и содержание ингредиентов;
- вес нетто (в единицах метрической системы);
- наименование и адрес производителя, упаковщика, дистрибьютора, экспортера, импортера или поставщика;
- страна происхождения;
- номер партии;
- дата изготовления и условия хранения;
- инструкции по использованию.

Обзор ключевых аспектов, касающихся стандартов качества и безопасности продуктов питания в Ираке, представлен в табл. 12.

Табл. 12. Безопасность и контроль качества пищевых продуктов в Ираке

<b>Перечень учреждений</b>	Министерство здравоохранения ( <a href="https://www.moh.gov.om/ar/">https://www.moh.gov.om/ar/</a> ). Министерство торговли ( <a href="http://ficc.org.iq/">http://ficc.org.iq/</a> ) отвечает за разработку политики в области импорта и годовых планов по импорту. Иракский торговый информационный центр ( <a href="http://www.iraqitic.com">www.iraqitic.com</a> ). Министерство иностранных дел ( <a href="http://www.mofa.gov.iq">www.mofa.gov.iq</a> ). Центральное агентство по стандартизации и контролю качества ( <a href="https://www.cosqc.gov.iq/">https://www.cosqc.gov.iq/</a> ).
<b>Лицензия на импорт</b>	На всю импортируемую продукцию в частном секторе необходима лицензия, за исключением базовой продукции для отдельных проектов развития; специальные лицензии выдаются на поставки, финансируемые в иностранной валюте, приобретаемые нерезидентами Ирака.

Продолжение табл. 12

<b>Сертификат происхождения</b>	Как правило, не требуется, но страна происхождения должна быть указана в товарно-транспортной накладной. По требованию страна происхождения удостоверяется торговой палатой.
<b>Стандартная маркировка</b>	Маркировка всех фасованных пищевых продуктов, предлагаемых в таком виде потребителю или предназначенных для общественного питания, должна быть выполнена в соответствии с требованиями, указанными в стандарте СХС 1-1985 ( <a href="https://clck.ru/Z45MT">https://clck.ru/Z45MT</a> ).
<b>Язык</b>	Проконсультируйтесь с импортером о требованиях, но официальным языком является арабский; в деловой сфере используются французский и английский языки.
<b>Инспектирование</b>	100% всех импортируемых товаров подлежат инспекции. Все продукты проверяются лабораториями по контролю за пищевыми продуктами, имеющимися в каждой провинции.

# Барьеры входа на рынок

---



44





Содержание



## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

Ирак является членом Всемирной таможенной организации и применяет классификацию Гармонизированной системы.

### Процедуры импорта

Для импорта товаров для частного сектора, в том числе таких, как семена подсолнечника и масло (нерафинированное и рафинированное), требуется лицензия. Для осуществления импорта в таможенные органы необходимо предоставить следующие документы:

- товарно-транспортную накладную (с указанием описания товара, страны происхождения и данных о производителе);
- сертификат происхождения (как правило, не требуется, происхождение должно быть заявлено в товарно-транспортной накладной);
- упаковочный лист в двух экземплярах;
- коносамент в трех экземплярах.

При поставках в Эрбиль требуется сопроводительное письмо от агента в стране происхождения или экспедитора (агент в стране происхождения — это компания, которая занимается перемещениями грузов и организует доставку в пункт назначения или происхождения).

### Образцы импортируемых товаров

Строгих процедур для отправки образцов не существует. При отгрузке образцов требуется тот же пакет документов, что и при обычной отгрузке. В товарно-транспортной накладной стоимость товаров должна быть указана, но с пометкой «только для целей таможенной очистки» в счете-фактуре. Счета-фактуры с нулевыми значениями не принимаются.



## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Информация о ставках таможенных тарифов в соответствии с Гармонизированной системой содержится на официальном сайте Министерства финансов Ирака<sup>3</sup>. Эти тарифы применимы для всех импортируемых товаров из большинства стран (в т. ч. из России). Исключение составляют товары из стран, с которыми у Ирака действуют преференциальные торговые соглашения. Так, в соответствии с Соглашением об упрощении и развитии торговли<sup>4</sup>, Ирак обязался обеспечить странам-участникам Большой арабской зоны свободной торговли (англ. GAFTA, Greater Arab Free Trade Area) освобождение от импортных таможенных пошлин на большинство товаров.

В начале 2018 г. Генеральная таможенная комиссия Ирака (IGCC) выпустила заявление об изменении таможенных пошлин, подлежащих уплате с различных товаров, на основании резолюции Совета министров №393/2017, которая предусматривает унификацию различных ставок таможенных пошлин на подгруппы товаров.

В резолюции говорится, что для 21 основной категории предусмотрены только четыре ставки таможенной пошлины: 0,5%, 10%, 15% и 30%, определенные в Законе №22 от 2011 г. «О введении в действие закона о таможенном тарифе». Классификация представляет собой Гармонизированную систему описания и кодирования товаров, поддерживаемую Всемирной таможенной организацией.

По сути, изменения привели к увеличению ставок ввозной пошлины на семена подсолнечника и сырое подсолнечное масло с 5% до 10%. Таможенный тариф на рафинированное подсолнечное масло остался на уровне 10%.

Нетарифные барьеры включают ограниченные возможности инфраструктуры и логистики, значительные задержки таможенного оформления и проблемы безопасности в стране. Кроме того, сложившееся доминирование турецких поставщиков рафинированного подсолнечного масла может представлять собой труднопреодолимый барьер, так как иракцы предпочитают выстраивать долгосрочные отношения в бизнесе и могут неохотно переключаться на нового поставщика.

---

<sup>3</sup> <https://clck.ru/Z45rN>

<sup>4</sup> <https://clck.ru/Z45wq>

# Организация экспортных поставок

---



Содержание

---



## **5.1.**

Логистика

## **5.3.**

Формы присутствия на рынке

## **5.2.**

Осуществление валютно-  
финансовых операций

## **5.4.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

В стране есть 26 пунктов доступа, расположенных в пяти аэропортах, шести морских портах и пятнадцати сухопутных КПП, через которые осуществляются международные перевозки. Некоторые из этих пунктов въезда находятся в отдельных районах и в настоящее время не функционируют из соображений безопасности. Три из 26 КПП предназначены для реализации условий Международного медико-санитарного регулирования: Международный аэропорт Багдада, КПП в Зурбатаи и порт Хор-аль-Зубайр. Выбор этих объектов обусловлен их пропускной способностью, а также размером и плотностью потоков людей и грузов.

Исторически Ирак был одной из узловых точек Шелкового пути, многочисленные торговые маршруты которого простирались по суше и связывали торговлю Европы и Востока. Из-за серии конфликтов в недавнем прошлом, приведших регион в упадок, транспортировка товаров по суше на многих территориях затруднена. Эрбиль в северном Курдском автономном районе сохраняет статус торгового центра и может служить пунктом назначения для наземного транспорта, идущего через Турцию.

Транспортировка по суше является широко распространенным и эффективным способом дистрибуции фасованного и рафинированного масла, идущего на розничный рынок или в иракские компании, которые в дальнейшем продают его под собственными брендами.

Растущий поток подсолнечного масла (в основном из черноморских портов) завозится в Ирак через южные порты, а именно порт Умм-Каср и порт Басры. Оба порта расположены относительно близко друг от друга вдоль побережья Ирака, они среднего размера и располагают достаточной инфраструктурой для нормальной перевалки и складирования товаров. Порт Умм-Каср является единственным в стране глубоководным портом и может вместить суда длиной до 500 футов. Порт Басры расположен в нескольких километрах вверх по реке и находится в самом центре города Басра. Данный порт тоже способен вместить суда длиной до 500 футов, и на его территории расположен ряд складских и погрузочно-разгрузочных сооружений.

Крупнейшие импортеры подсолнечного масла обладают комплексными логистическими сетями для доставки контейнеров из порта. Например, компания Etihad располагает парком из примерно 100 танкеров для перевозки сырых растительных масел из порта Умм-Каср на перерабатывающий завод компании. Для остальных импортеров время и стоимость доставки значительно различаются в зависимости от способа доставки (по суше или по морю), а также от того, происходит ли доставка из порта в порт или от склада до склада (от условий «Инкотермс»). При схеме доставки со склада до склада потребуются привлечение транспортной компании для осуществления финальной перевозки внутри региона.

Это могут быть следующие компании:

- Expeditors — [www.expeditors.com](http://www.expeditors.com)
- DHL Global forwarding — [www.logistics.dhl/iq-en/home.html](http://www.logistics.dhl/iq-en/home.html)
- FCL global — [www.fclgf.com](http://www.fclgf.com)

Ниже приведены ориентировочные расценки и время на перевозку одного полного 20-футового грузового контейнера из Центрального федерального округа России до основных экспортно-импортных центров Ирака в порту Умм-Каср, Эрбиле и Багдаде.

Табл. 13. Ориентировочное время и цена доставки

Точка доставки в Ираке	Ориентировочное время доставки (дни)	Ориентировочная стоимость (долл. США)
Порт Умм-Каср (морской фрахт)	22–30	1 900
Эрбиль (доставка по суше)	5–10	2 900
Багдад (доставка по суше и по морю)	25–35	2 400

Источник: *Freightos*

При транспортировке подсолнечного масла наливом из России используются в основном южные порты, такие как Новороссийск, Тамань и порт Кавказ. Это обусловлено их выгодным логистическим положением при дальнейшей отправке в порты Ирака. Доставка масла в порт производится как железнодорожным, так и автомобильным транспортом.

Традиционно наливные перевозки осуществляются из России в Ирак небольшими танкерами вместимостью 4–6 тыс. тонн. Уровень ставки фрахта на октябрь 2021 г. составлял 70 долл. США за тонну, при отправке 5 тыс. тонн по маршруту Тамань — Умм-Каср.

При отгрузке из танков накопления в обязательном порядке привлекаются сюрвейерские компании для подтверждения качества отгружаемого продукта.

## 5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Иракский динар — официальная валюта в Ираке. Регулятором денежно-кредитной политики страны выступает Центральный банк Ирака. На июль 2023 г. курс динара составляет 1 310 динаров за 1 доллар США.

В Ираке практически отсутствуют ограничения на связанные с обменом валюты операции по текущему счету и счету движения капитала. Такие операции должны быть подтверждены действительными документами: например, импортеру может потребоваться инвойс в качестве обоснования покупки иностранной валюты для совершения расчетов с иностранным контрагентом. Иракское законодательство позволяет инвесторам репатриировать как ввезенный в страну капитал, так и полученные доходы. Такие средства могут быть свободно конвертированы в любую мировую валюту. Иностранным компаниям также разрешено открывать счета в банках, имеющих лицензию на ведение деятельности в Ираке, и совершать переводы как внутри страны, так и за ее пределами.

Перечень конкретных требований для открытия банковского счета в Ираке следует запросить у банка, с которым ведется или планируется сотрудничество. Среди прочего могут потребоваться:

- документация, подтверждающая учреждение и регистрацию компании;
- налоговая отчетность;
- сведения о бюджете компании;
- печать компании;
- наличие филиала в Ираке.

### Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

Регулирование импортных процедур в Ираке основано на [Законе № 23 от 1984 г. «О таможене»](#).

Компании, желающие экспортировать товары в Ирак, должны соблюдать иракские таможенные правила. Согласно закону о таможене для оформления импорта требуются следующие документы:

- **Коммерческий счет-фактура.** Поставщики должны указывать в счетах-фактурах все данные, необходимые импортеру для определения стоимости при уплате пошлин.



- **Инвойс.** Должно быть указано полное описание товара и его характеристик, которое необходимо для расчета импортной пошлины и сбора статистических данных.
- **Товарно-транспортная накладная,** в которой необходимо указать описание товара, данные о производителе и стране происхождения.
- **Коносамент** или авианакладная, в которых подтверждается качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком.
- **Упаковочный лист** с указанием веса, способа упаковки и кода товарной номенклатуры для каждого товара. Сведения, содержащиеся в этом документе, должны совпадать с данными в других документах.
- **Иракский инспекционный сертификат (COI),** являющийся альтернативой сертификату соответствия (COC).
- **Сертификат происхождения,** подтверждающий страну происхождения. Требуется для целей таможенной тарификации.

Указанные документы предоставляются в оригинале и как минимум двух копиях, а также должны быть переведены на арабский язык. Кроме того, экспортируемые в Ирак товары отдельных категорий<sup>5</sup> должны быть сертифицированы (COC).

## Особенности практик применения вариантов взаиморасчетов

Предпочтительным способом оплаты в Ираке является аккредитив, гарантирующий права обеих сторон при поставке. Оплата наличными и банковским переводом также возможна, но не рекомендуется, если между покупателем и продавцом нет проверенных доверительных отношений. Экономика Ирака в основном опирается на наличные деньги: менее 20% иракцев имеют банковские счета, а большинство банков исполняют функции пунктов обмена валюты, осуществления банковских переводов и снятия наличных через банкоматы. На практике наиболее надежным считается подтвержденный безотзывный аккредитив (для снижения рисков контрагента и банка-посредника). Работа по аккредитиву рекомендуется для взаиморасчетов на этапе начала выстраивания деловых отношений с иракскими контрагентами.

---

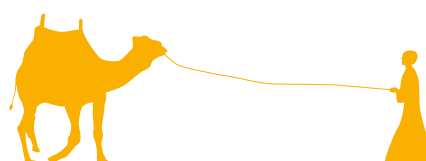
<sup>5</sup> Требование распространяется на товары шести категорий: продукты питания, химикаты, машиностроение, текстиль, строительство и продукты безопасности. Список товаров включает более 1 000 наименований.

## Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банковская система Ирака включает более 60 частных и 7 государственных банков. Некоторые иностранные банки имеют лицензированные филиалы в Ираке или долю собственности в иракских банках. Тремя крупнейшими являются государственные банки Rafidain Bank, Rasheed Bank и Торговый банк Ирака (TBI). На долю этих банков приходится примерно 85% активов банковского сектора Ирака.

Табл. 14. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
Rafidain Bank	Крупнейший банк в Ираке, имеющий 165 филиалов в стране и представительства за рубежом	<a href="http://www.rafidain-bank.gov.iq/">www.rafidain-bank.gov.iq/</a>
Rasheed Bank	Второй по величине банк Ирака. Оказывает услуги по различным иностранным операциям, включая открытие аккредитивов	<a href="http://www.rasheedbank.gov.iq/en">www.rasheedbank.gov.iq/en</a>
Trade Bank of Iraq (TBI)	Имеет 25 филиалов по всему Ираку и предлагает широкий спектр банковских услуг компаниям, частным лицам, государственным учреждениям	<a href="http://www.tbi.com.iq/">www.tbi.com.iq/</a>



### 5.3. Формы присутствия на рынке

Основные варианты регистрации бизнеса в Ираке:

- участие в местной иракской компании или организации (например, совместное предприятие);
- создание филиала;
- назначение доверенного коммерческого агента или дистрибьютора с широкими деловыми связями.

Если требуется более основательное присутствие, возможно осуществление инвестиций в бизнес в Ираке. Иракская национальная комиссия по инвестициям (НКИ) организует привлечение иностранных инвестиций и является важным партнером Департамента международной торговли (ДМТ) в Ираке. Базой для иностранных инвестиций в Ираке служит Закон №13 Ирака «Об инвестициях». Регион Курдистана регулируется Советом по инвестициям Курдистана.

Для российских компаний существует несколько способов экспорта продукции в Ирак. Не все из них требуют регистрации юридического лица на территории Ирака.



## Продажи через агента или дистрибьютора

Как упоминалось ранее, Ирак находится на этапе восстановления от последствий конфликтов. И хотя страна является перспективным рынком с большим потенциалом роста, в настоящее время рынок Ирака довольно неустойчив и неразвит. В связи с этим непросто успешно реализовать товары на рынке — при этом возникает ряд специфических вопросов, связанных с состоянием инфраструктуры и политической ситуацией, с которыми экспортерам едва ли приходилось сталкиваться в других местах.

В связи с этим большинство экспортеров работают через агента или дистрибьютора, имеющего локальное присутствие на рынке и опыт, чтобы действовать от имени экспортера. Это, в первую очередь, касается компаний, планирующих выстраивать клиентскую сеть и продавать рафинированное масло в розницу. При заключении крупных государственных контрактов на продажу нефасованного нерафинированного масла необходимость в наличии агента стоит не так остро, хотя они также могут оказать содействие, так как тендерные процедуры в Ираке достаточно сложны.

Основное различие между агентами и дистрибьютерами заключается в том, что агенты обычно не берут на себя ответственность за товар и отвечают только за деятельность по продажам и развитие сети продаж, в то время как дистрибьюторы покупают оптовый товар у компании и затем несут ответственность за реализацию его другим оптовикам, предприятиям или конечному потребителю. При этом в Ираке границы отличий между агентом и дистрибьютором несколько размыты, т.к. и те, и другие могут предлагать ряд дополнительных услуг, таких как участие в мероприятиях, таможенное сопровождение, организация поставки, продвижение в сфере B2B и пр. И агенты, и дистрибьюторы в Ираке в связи с имеющимися сложностями на рынке специализируются на относительно узких товарных группах, поэтому выбранный агент/дистрибьютор, вероятно, будет специализироваться только на сельскохозяйственной продукции.

Табл. 15. Крупнейшие агенты/дистрибьюторы в Ираке

Наименование	Описание
<b>Trans Iraq</b> <a href="https://clck.ru/MoWwi">https://clck.ru/MoWwi</a>	Trans Iraq входит в Bahrani Group — диверсифицированную бизнес-группу из нескольких компаний, владельцами которых выступают совместно и индивидуально члены семьи Bahrani. Группа основана в 1925 г., в нее входят несколько предприятий пищевой промышленности из различных отраслей сельского хозяйства, в том числе пищевой переработки, производства молочных продуктов, яиц, упаковки, торговли, продажи и дистрибуции

Продолжение табл. 15.

Наименование	Описание
<b>Al Wariqa Group</b> <a href="http://www.wariqa.com">www.wariqa.com</a>	Al Wariqa Group зарегистрирована на Ближнем Востоке, ее основной целью является поставка высококачественных товаров. Это эксперт в области увеличения продаж на местном рынке и в области таможенного законодательства
<b>Avesta Group</b>	Avesta — специализированный дистрибьютор продуктов питания, занимается поставкой продуктов питания и животноводства в основном из Украины, таких как грецкие орехи, кукуруза, сахар, замороженная курица, подсолнечное масло, скот, телята на убой
<b>Senta International Trading</b>	Senta является импортно-экспортной компанией, зарегистрированной в Иордании, более 25 лет работает в Ираке. Основными товарами являются замороженные продукты питания, такие как замороженная птица, мясо, овощи и все виды обработанных пищевых продуктов
<b>Active Food</b> <a href="http://www.activefood.net">www.activefood.net</a>	Active Food является одной из крупнейших, наиболее прибыльных и эффективных компаний по продажам и дистрибуции в Ираке, занимается исключительно крупными международными продовольственными брендами

Источник: Таблица составлена на основании данных, взятых из открытых отраслевых источников

## Продажи путем создания юридического лица

Установление в Ираке юридического присутствия может обеспечить лучший контроль над такими вопросами, как защита интеллектуальной собственности, взаимодействие с клиентами, логистика и контроль качества. Со временем это может оказаться экономически выгодным. Как и на любом рынке, создание юридического лица в Ираке требует гораздо больше временных и финансовых затрат, чем поиск и установление договорных отношений с агентами или дистрибьюторами.

Есть несколько способов установления юридического присутствия:

- общество с ограниченной ответственностью;
- филиал;
- представительство компании;

- акционерное общество;
- совместное предприятие.

### **Общество с ограниченной ответственностью (ООО)**

Иракское ООО может быть создано с одним директором и одним акционером, оба они могут быть нерезидентами и иностранными гражданами.

ООО в Ираке:

- может быть зарегистрировано минимум одним, но не более, чем 25 учредителями;
- должно соответствовать требованию о размере минимального уставного капитала в 1 млн иракских динаров (около 686 долл. США);
- ведет коммерческую деятельность, проверка которой осуществляется службой внутреннего аудита.

Прежде чем иностранный гражданин/организация сможет стать директором или акционером компании, они должны пройти проверку по линии безопасности, которая проводится Министерством внутренних дел Ирака и обычно занимает около 4 месяцев.

### **Филиал**

Иностранным компаниям разрешается открывать филиалы в Ираке:

- 1) если они подписали контракт с правительством Ирака;
- 2) если они работают с компанией, которая подписала контракт с правительством Ирака.

Филиал должен иметь своего представителя. Им может быть либо гражданин Ирака, либо иностранный гражданин, имеющий разрешение на работу в Ираке.

Филиал может осуществлять деятельность только в рамках полномочий, определенных материнской компанией, при этом он может выставлять счета местным клиентам, подписывать местные договоры купли-продажи и получать средства от местных клиентов.

## **Представительство компании**

Представительству запрещено осуществлять какую-либо предпринимательскую деятельность в Ираке. Разрешается заниматься только:

- 1) деятельностью по развитию бизнеса;
- 2) маркетинговыми исследованиями от имени материнской компании.

Если материнская компания впоследствии заключает контракт с правительством Ирака, то ей разрешается изменить организационно-правовую форму представительства на филиал.

## **Акционерное общество (АО)**

Акционерное общество в Ираке:

- может быть зарегистрировано не менее, чем пятью акционерами;
- должно соответствовать требованию о размере минимального уставного капитала в 2 млн иракских динаров (около 1 372 долл. США);
- ведет коммерческую деятельность, проверка которой осуществляется службой внутреннего аудита в соответствии с иракскими стандартами бухгалтерского учета.

## **Совместное предприятие (СП)**

СП может быть создано в Ираке путем учреждения ООО или АО с другой местной (частной или государственной) или иностранной компанией. До регистрации организации участники заключают акционерное соглашение.

Эта форма удобна для компаний, незнакомых с рынком Ирака, поскольку она позволяет получить:

- 1) доступ к проверенным сетям продаж;
- 2) доступ к информации о рынке;
- 3) доступ к деловым контактам для решения юридических, банковских, финансовых вопросов и т.д.

Табл. 16. Сравнение организационно-правовых форм

	ООО	Филиал	Представительство компании	АО
Срок регистрации компании	5 недель	6 недель	6 недель	5 недель
Срок открытия банковского счета	5 недель	6 недель	6 недель	5 недель
Возможность заключать договоры купли-продажи с иракскими клиентами	Да	Да	Нет	Да
Возможность выставлять счета иракским клиентам	Да	Да	Нет	Да
Налог на прибыль предприятий, подлежащий уплате в Ираке	15%	15%	0%	15%
Возможность арендовать офис в Ираке	Да	Да	Да	Да
Необходимость заключать договор аренды до регистрации организации	Нет	Нет	Нет	Нет
Возможность импортировать сырье	Да	Да	Нет	Да
Возможность экспортировать товары	Да	Да	Нет	Да
Возможность принимать на работу не иракских граждан	Да	Да	Да	Да

## 5.4. Защита интеллектуальной собственности

Нормативно-правовое обеспечение защиты товарных знаков в Ираке уходит корнями в 1931 г., когда был принят первый закон о товарных знаках. Оптимальной возможностью экспорта для российских компаний будет поставка нефасованного нерафинированного масла, и в этом случае брендинг не будет играть важной роли. В случае же взаимодействия с каналами розничной торговли российский поставщик высококачественного рафинированного масла, скорее всего, будет реализовывать продукцию крупным сетям супермаркетов, где должно уделяться внимание защите брендов.



Ирак подписал следующие соглашения в сфере интеллектуальной собственности:

- Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности;
- Конвенцию, учреждающую Всемирную организацию интеллектуальной собственности;
- Арабское соглашение о защите авторских прав;
- Арабский договор о правах интеллектуальной собственности.

Функции по надзору в сфере права интеллектуальной собственности распределены между несколькими министерствами, а именно:

- Министерство планирования отвечает за патенты и реестр промышленных образцов;
- Министерство промышленности и минеральных ресурсов отвечает за товарные знаки.



**Продвижение продукции**

---



**6**

Содержание

---

## 6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

## 6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки



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

### **Определение целевой группы потребителей**

Российские компании, планирующие экспортировать подсолнечное масло в Ирак, должны в первую очередь определить тип своего целевого потребителя, на которого будут ориентированы продажи. Государственная система распределения является идеальным каналом сбыта для неопытных на местном частном рынке компаний. Программа осуществляется через Министерство торговли, в настоящее время закупаются большие объемы как рафинированного масла для потребления, так и нерафинированного масла для внутренней переработки. В качестве альтернативы российские компании могут работать в сегменте B2B (с оптовиками/дистрибьюторами продуктов питания) или в сегменте B2C (на розничном рынке и продавать продукцию напрямую клиентам).

### **Улучшение узнаваемости и имиджа бренда**

После принятия решения относительно каналов продаж (B2B или ц) необходимо повысить узнаваемость бренда на рынке. Иракцы очень разборчивые покупатели, которые не склонны к экспериментам и выбирают известные для себя бренды. Маловероятно, что многие жители Ирака слышали об иностранной компании или пробовали ее продукцию.

Потребители в Ираке в настоящий момент времени не знакомы с обилием изощренных технологий продвижения продукции. Представляется целесообразным сделать особый акцент на качестве продукта и его питательных свойствах. Данную информацию лучше использовать в традиционных схемах информирования и рекламы (рекламных сообщениях, упаковке, пр.).

Также представляется целесообразным использовать на данном рынке систему традиционных промоакций (скидок, пр.) для стимулирования спроса покупателей и отвлечения их внимания от известных проверенных брендов.

Иракцы придают большое значение рекомендациям семьи и друзей, поэтому требуется привлечь относительно небольшой процент покупателей, которые в свою очередь дадут позитивный отзыв и приведут новых клиентов по механизму «сарафанного радио».

Вместе с тем более современные способы продвижения, такие как, например, социальные сети, становятся в Ираке все более значимыми. Хотя в стране ограничен доступ к социальным сетям, большинство интернет-пользователей используют VPN-сервисы, чтобы обойти эти запреты. Наиболее популярной социальной сетью в стране выступает YouTube, что открывает возможности для продвижения продукции путем нативной интеграции.

Эффективную рекламную кампанию можно запустить при помощи местных рекламных агентств, знающих предпочтения иракского потребителя и способных выработать оптимальную стратегию продвижения. Основные рекламные агентства в Ираке:

- [Edicoo](#), Эрбиль;
- [Hama Group](#), Эрбиль;
- [Delona](#), Эрбиль;
- [Harf Promotions](#), Багдад;
- [Al Abshar](#), Багдад;
- [Palm of Babylon](#), Багдад;

По мере роста узнаваемости бренда и проникновения на рынок имеет смысл вводить дополнительные линейки/разновидности продуктов для конкретных целевых групп в Ираке. Наиболее очевидной целевой группой являются молодые жители страны, заботящиеся о своем здоровье. Они уделяют больше внимания питательным свойствам растительного масла, и по мере роста располагаемых доходов они способны выйти за пределы привычной модели потребления «цена и доступность» и приобретать более дорогой продукт.

## 6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Gulfood</b> Международная выставка продуктов питания и напитков <a href="https://www.gulfood.com">https://www.gulfood.com</a>	<b>Дубай</b> Dubai World Trade Centre	19–23.02.2024
<b>WorldFood Istanbul</b> Крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в регионе <a href="https://worldfood-istanbul.com/Home">https://worldfood-istanbul.com/Home</a>	<b>Стамбул</b> Tuyap Fair, Convention and Congress Center	03–06.09.2024

Продвижение продукции

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Agro Pack Iraq</b> Выставка продуктов питания, пищевой упаковки и технологий <a href="https://www.iraq-agrofood.com">https://www.iraq-agrofood.com</a>	<b>Эрбиль</b> Erbil International Fair Ground	25–28.11.2024



# Свободные экономические зоны

---







По состоянию на июнь 2023 г. центральное правительство Ирака управляет тремя свободными экономическими зонами (СЭЗ):

- Свободная экономическая зона Хор аль-Зубайр в Басре (Khor al-Zubair Free Zone, KAZFZ);
- Свободная зона Фалафель (Falafel Free Zone);
- Свободная зона Аль-Каем (Al-Qaem Free Zone).

Кроме того, в настоящее время ведется работа по созданию ОЭЗ в городе Эль-Фаллуджа в районе Багдада. В мае 2022 г. была анонсирована возможность создания еще четырех СЭЗ, которые будут расположены в аэропорте Багдада, аэропорте Аль-Наджаф, в провинции Басра возле границы с Ираном, а также в западной части страны возле границы с Иорданией. Все действующие СЭЗ функционируют в соответствии с Законом №3 от 1998 г. «О свободных зонах», и управляются Администрацией свободных экономических зон (General Commission of Free Zone Administration) при [Министерстве финансов Ирака](#). В них разрешены следующие потенциально интересные российским экспортерам виды деятельности:

- промышленное производство;
- складирование;
- торговля и транспортировка;
- банковское дело;
- страхование.

Исключением из данного перечня являются проекты, реализация которых будет признана опасной для здоровья граждан и/или экологии страны. Закон также запрещает изготовление на территории СЭЗ монет, слитков, банкнот, а также книг, брошюр или видеоматериалов. Для регистрации в качестве участника СЭЗ российская компания должна подать заявку в Администрацию свободных экономических зон Ирака и арендовать помещение в зоне в течение 30 дней с даты утверждения заявки. В соответствии с законом ввозимые и вывозимые из зон товары освобождаются от импортных и экспортных пошлин, налога на прибыль, НДС, а также любых других налогов и сборов, за исключением сбора на восстановление Ирака в размере 5% (Reconstruction Levy, не распространяется на ввозимые в страну продовольственные товары, медикаменты, одежду, книги и гуманитарную продукцию). Аналогичный налоговый режим установлен и в отношении капитала, прибыли и инвестиционных доходов резидентов СЭЗ в течение всего жизненного цикла проекта. Резиденты СЭЗ также освобождены от ограничений в области валютного регулирования и использования офшорных банковских операций. Иностранцы сотрудники компаний, зарегистрированных в свободных экономических зонах, освобождаются от уплаты налога на прибыль; доходы работающих в резидентах СЭЗ граждан Ирака облагаются налогом по вдвое меньшей ставке.

Регистрация компании в качестве резидента СЭЗ оформляется в течение 4 месяцев с момента подачи заявки, открытие счета в банках Ирака осуществляется в течение 6 недель после регистрации. Резиденты СЭЗ могут продавать свою продукцию иракским потребителям, выставлять им счета на оплату и нанимать граждан Ирака на работу (не является обязательным требованием). Иностранное физическое или юридическое лицо может быть единственным собственником предприятия, зарегистрированного в СЭЗ. Разрешена регистрация предприятия в форме общества с ограниченной ответственностью. Информация о собственниках и руководителях предприятия является публичной, компании также должны ежегодно публиковать финансовую отчетность.

### **Свободная экономическая зона Хор аль-Зубайр в Басре (KAZFZ)**

Свободная зона Хор аль-Зубайр площадью более 1 км<sup>2</sup> расположена в 40 км к юго-западу от Басры. Развитию зоны способствует ряд крупных инвестиционных проектов. Порт подлежит реконструкции на средства займа, предоставленного Японией в размере 1,2 млрд долл. США. Кроме того, Администрация свободных экономических зон Ирака и Международный нефтегазовый центр, созданный в 2009 г., развивают Новую нефтегазовую международную свободную зону в границах KAZFZ. Работы планируется завершить в 2025 г. Недавно был заключен инвестиционный контракт на строительство инфраструктуры общественного транспорта и гражданской авиации. Турецкие инвесторы вложили 700 млн долл. США в металлургический завод на территории зоны. KAZFZ специализируется на тяжелой промышленности, но в ней также представлены следующие отрасли:

- складское хозяйство (резэкспорт и торговля);
- транспорт и логистика;
- банковское дело, страхование и перестрахование;
- сектор промышленных услуг.

Стоимость аренды 1 000 м<sup>2</sup> земли под строительство промышленного объекта оценивается в 3 000 долл. США, банк-партнер резидентов — Standard Chartered.

### **Свободная зона Фалафель**

Зона площадью 0,4 км<sup>2</sup> в Ниневию на севере Ирака начала функционировать в 2010 г. и с тех пор обеспечивает доступ в Турцию, Сирию и Иорданию. В настоящее время здесь есть несколько складов, офисы, а также парк грузовых автомобилей. Стоимость аренды 1 000 м<sup>2</sup> земли под строительство промышленного объекта оценивается в 1 500 долл. США, банк-партнер резидентов — T.C. Ziraat Bank.

Целевые секторы:

- авиатранспорт и логистика;
- импорт и экспорт.

### **Свободная зона Аль-Каем**

СЭЗ находится недалеко от границы с Сирией в западной провинции Анбар, имеет автомобильное и железнодорожное сообщение с портом Басра, Турцией и Иорданией. Активность в зоне Аль-Каем невысока из-за продолжающегося конфликта в соседней Сирии. СЭЗ Аль-Каем развивается в два этапа. На первом этапе развития площадь СЭЗ составила 7 га, на втором — 20 га. Стоимость аренды 1 000 м<sup>2</sup> земли под строительство промышленного объекта оценивается в 1 000 долл. США, банк-партнер резидентов — Vakif Bank.

Целевые секторы:

- коммерческая деятельность;
- сфера услуг.

### **Особые экономические зоны Курдистана**

В 2022 г. планы по созданию особых экономических зон анонсировали власти автономной провинции Иракский Курдистан. Правительство региона заявило о намерении создать 16 ОЭЗ, которые будут нацелены на развитие проектов в области импортозамещения, выпуск продовольственной продукции и наращивание экспортного потенциала Курдистана. Ожидается, что реализация программы позволит сократить время приобретения/аренды земли для проектов иностранных инвесторов до 2 дней (сейчас — около года). Ранее власти автономии также объявляли о запуске ОЭЗ Сулаймания Курдистанским советом по инвестициям (Kurdistan Board of Investment) на севере Ирака. Территория ОЭЗ имела транспортное сообщение с системой железных дорог и автодорогой Багдад-Киркук. По состоянию на 2023 г. проект находится в замороженном состоянии. Следует отметить, что ведение бизнеса в Иракском Курдистане сопряжено с повышенными рисками в области безопасности.

### **Проект Basra Logistics City**

Также целесообразно рассмотреть вариант работы в проекте Basra Logistics City (BLC), формально не являющимся свободной экономической зоной. BLC расположена в 50 км от международного аэропорта Басры, 20 км от границы с Кувейтом и 25 км от нефтяного месторождения Зубайр. Проект рассчитан на создание мультимодального логистического коридора.

Целевые секторы:

- торговля и услуги доставки;
- легкая промышленность.

Оператор ВЛС является коммерческой организацией, оказывающей юридические услуги по созданию компаний. Зона предлагает площади, объекты инфраструктуры и услуги на своей территории площадью 3 км<sup>2</sup> рядом с морским портом Умм-Каср возле Басры. Зона А проекта общей стоимостью 245 млн долл. США, разработанная иракской компанией Kufan Group, предлагает открытые и закрытые складские помещения, а также офисы. Зона В открылась в начале 2014 г. В ней есть жилые здания, офисные помещения, сопутствующая инфраструктура и больница.

Свободные экономические зоны Ирака (прежде всего, KAZFZ), а также ВЛС, могут быть использованы российскими производителями шоколада для выхода на рынок Ирака или организации реэкспорта своей продукции в соседние страны (Иран и страны Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива). Конкурентным преимуществом KAZFZ является расположение у побережья Персидского залива и порта Басры, а также сравнительно высокий уровень развития инфраструктуры. Кроме того, данный проект реализуется в наиболее привлекательном с точки зрения безопасности и политической стабильности регионе страны и удален от районов, в которых происходят столкновения с террористическими формированиями.

Вместе с тем при принятии решения о начале работы в СЭЗ необходимо сравнить эту опцию с использованием СЭЗ в других странах региона (прежде всего, в странах ССАГПЗ), а также с организацией прямых экспортных поставок.



# Особенности ведения бизнеса

---

A glass pitcher filled with golden sunflower oil is the central focus, surrounded by several sunflower heads and scattered petals. The scene is lit with warm, golden light, creating a rich, textured composition. A large white number '8' is overlaid on the bottom left of the image.

8



Ирак — консервативная и религиозная страна, построенная по принципу иерархии, где местная культура крайне нетерпима к любому нарушению традиционных норм поведения. Честь и достоинство считаются важнейшими качествами любого иракца.

## **Личные и деловые отношения**

Личные отношения имеют большое значение в иракской бизнес-культуре. Иракцы предпочитают работать с теми, кого они хорошо знают, а их доверие основывается на личных качествах, а не на финансовых возможностях. Любой иракец будет стремиться расширять свои связи, пытаясь лучше узнать своего партнера через личные вопросы. Отнеситесь с пониманием к таким вопросам и задавайте встречные в ответ. Однако не задавайте иракцу вопросов о женщинах его семьи. Это может быть крайне неуместно.

## **Приветствие**

При первой встрече иракца важно почтительно поприветствовать. Приветствовать женщину, входящую в комнату, мужчины должны стоя. Вставать также необходимо, когда входит или выходит пожилой человек. Традиционное приветствие для иракцев — рукопожатие правой рукой. Иракские мужчины, как правило, пожимают друг другу руки некрепко, но держат в течение длительного времени, пока обмениваются словесными приветствиями. Такая традиция может быть для непривычной, но старайтесь не убирать руку до тех пор, пока иракец не закончит приветствие.

Чтобы подчеркнуть искренность, после приветствия можно дотронуться ладонью до своего сердца. Например, иракец может сделать это, говоря: «Я очень рад вас видеть». Этим он хочет показать, что он говорит правду.

Общепринятое приветствие «Asalaamu alaikum» в переводе с арабского означает «Мир вам». В ответ, как правило, можно услышать: «Wa alaikum salaam», — что значит «Мира и вам». Обращайтесь к человеку по имени и его статусу до тех пор, пока он не разрешит называть его иначе, менее формально. Если человек по статусу доктор, то, обращаясь к нему, следует называть его «Доктор (имя)».

## **Деловые встречи**

Иракцы не строго относятся к пунктуальности и сами зачастую опаздывают. Пунктуальность не очень важна в Ираке, и непредсказуемые ситуации могут нарушить планы на день. События и встречи также часто смещаются во времени, так как люди обычно пытаются одарить друг друга как можно большим вниманием и уважением. Таким образом, важно запланировать больше времени на встречу с иракцем, чем вы обычно выделяете.

Все встречи рекомендуется согласовывать за несколько недель и предварительно за 1–2 дня подтверждать. Когда прибудете на место встречи сперва поздоровайтесь с организатором встречи. Далее следует поприветствовать всех в комнате индивидуально, даже если группа большая. Приветствуйте в порядке от самых старших к младшим.

Перед тем как перейти к деловым вопросам, поговорите на общие темы. Спешка в обсуждении дел может показать, что вы чрезмерно напористы. Как правило за ход встречи с иракской стороны отвечает самый высокопоставленный человек. Его коллеги-подчиненные обеспечивают разъяснения и дают советы своему руководителю.

Иракцы могут проводить деловые встречи очень оживленно, поэтому будьте готовы, что будет много перерывов и разговоров не по теме. Они часто отклоняются от темы и обсуждают несколько вопросов параллельно. Будьте терпеливы и не стесняйтесь вежливо прерывать собеседников, чтобы ваша точка зрения была услышана. Они не воспримут это как грубость. Чтобы не отвлекаться или не отклоняться от темы ваших интересов, сядьте прямо рядом с интересующим вас человеком и сделайте свое предложение непосредственно ему. Будьте готовы к торгу: он обязательно будет и условия сделки будут сильно отличаться от первоначального предложения. Не позволяйте себе проявление эмоций в процессе переговоров или торгов.

### **Обмен визитными карточками**

Используйте правую руку для того, чтобы взять визитную карточку, так как левая рука считается нечистой. Не убирайте полученную визитку сразу же, рассмотрите ее внимательно и положите на стол перед собой. Не пишите на карточке, если только не попросят это сделать. Не обращайтесь с визитными карточками, как если бы играли в карты, это может быть воспринято как грубость.

### **Подарки**

Вручайте подарок только правой рукой или обеими руками и таким же образом принимайте подарки. Подходящим подарком для хозяев дома могут стать цветы, сладости или маленькие презенты их детям. Никогда не дарите алкоголь в качестве подарка. Не открывайте подарок сразу после его получения. Имейте в виду, что дарение очень дорогих подарков может быть неправильно истолковано — как взятка.





### **Взаимные привилегии**

Ваш деловой партнер может ожидать, что предоставите ему привилегии на основе дружбы, и наоборот. Это обычно влечет за собой выполнение обязательств для всей его семьи. Постарайтесь быть гибкими и попытайтесь выполнять их просьбы. Если в сложившихся обстоятельствах это невозможно, старайтесь не давать громких обещаний, поскольку иракцы будут ожидать, что вы сделаете то, что обещали. Поэтому, когда вас просят что-то сделать, либо держите слово, либо дайте простое объяснение, почему вам сложно выполнить то, о чем вас просят.

### **Визиты и деловые обеды**

Гость в доме — большая честь, поэтому приглашения на ужин или мероприятие в иракском доме можно получить на довольно ранней стадии знакомства. Местные жители могут искренне гордиться своими друзьями или семьей, и поэтому захотят пригласить в гости, чтобы похвастаться своими близкими.

Когда вас приглашают на ужин в заведение либо в дом крайне рекомендуется надеть праздничную одежду, а не повседневную. Это будет по достоинству оценено со иракской стороны. Если приглашают в гости, то всегда приносите с собой подарок хозяину и небольшие презенты его детям.

Женщины и мужчины на общественных мероприятиях в Ираке располагаются отдельно. Обычно мужчины общаются в одной комнате, а женщины — в другой. Хозяйки-женщины обычно приносят еду и закуски мужчинам, а затем выходят и присоединяются к остальным женщинам.

Передавайте любую пищу только правой рукой. Прикасаться к пище левой рукой можно только если пользуетесь столовыми приборами. Если предлагают фрукты, необходимо отрезать небольшой кусочек и съесть его, не откусывать. Проявлением вежливости считается то, что вы принимаете все, что предлагают. Если от чего-то откажетесь, хозяева могут воспринять это как символический протест, сделанный из вежливости, и поэтому будут настаивать на том, чтобы приняли то, что вам дают, вместо того чтобы принять ваш отказ. Если вы действительно больше не хотите есть, лучший способ это показать — дотронуться рукой до сердца и искренне выразить благодарность, уточнив, что досыта наелись и все благодаря таким радушным хозяевам. Оставьте немного пищи на тарелке, когда вы закончили, так как, если вы съедите все, это будет означать, что вы хотите добавки.

Никогда не выказывайте желания или ожидания уйти. Очень грубым будет показать, что вы ждете завершения визита. Когда визит завершится, прощание будет долгим, так как каждый прощается друг с другом по отдельности.

Табл. 17. Государственные праздники Ирака в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
День армии	6 января
Ид аль-Фитр	10–13 апреля
День труда	1 мая
Курбан-байрам	16–20 июня
День Республики	14 июля
Исламский Новый год	7 июля
Ашура	16 июля
День Рождения Пророка	15 сентября
День независимости	3 октября
Годовщина победы	10 декабря
Рождество	25 декабря

# Преимущества и риски осуществления поставок

---

9

№. 03/02/17  
Exp. 03/02/18

Содержание



**9.1.**

Преимущества

**9.2.**

Риски

## 9.1. Преимущества

### **Потребительский спрос на подсолнечное масло**

Рынок подсолнечного масла Ирака становится все более привлекательным для иностранных компаний, так как спрос увеличивается. Этот относительно недавний быстрый рост явился прямым результатом увеличения потребления подсолнечного масла жителями страны, а также увеличения численности населения.

### **Растущая урбанизация**

Население Ирака относительно велико (более 40 млн человек) и, по прогнозам, к 2040 г. численность населения превысит 60 млн человек. Ожидается, что рост населения совпадет с продолжающейся урбанизацией, при этом в 2040 г. около 77,0% населения будет проживать в городских районах. Подобная концентрация населения в городах делает дистрибуцию и продажу продукции проще и рентабельнее для компаний.

### **Диверсификация импорта подсолнечного масла**

До 2016 г. фактическим монополистом на рынке Ирака была Турция, поставлявшая свыше 90% подсолнечного масла в страну, в основном в рафинированном виде. В 2017 г. были запущены предприятия по рафинации масла на территории Ирака, при этом существенно увеличились объемы поставок сырого масла из России и Украины.

Внутреннее производство в Ираке развивается, способствует увеличению потребления сырого подсолнечного масла для последующей рафинации и фасовки местными компаниями. Также существуют перспективы продвижения и на рынке рафинированного подсолнечного масла, где российская продукция способна конкурировать с турецкой.

### **Трансформация торгово-распределительной сети**

Несмотря на приверженность населения традиционным продуктовым уличным рынкам и небольшим частным магазинам, в стране активно развиваются торговые сети супермаркетов. Наиболее ярко выражена данная тенденция на территориях, контролируемых северными курдами. Экспортеры способны получить более простой и в то же время более широкий и концентрированный доступ к рынку через крупных дистрибуторов, поставляющих продукцию гораздо меньшему числу юридических лиц, по сравнению с традиционной моделью ритейла.

## **Рост открытости**

Правительство Ирака привлекает иностранные инвестиции в нефтяную отрасль. Например, французская компания «Total» инвестирует 27 млрд долл. США в четыре энергетических проекта Ирака. Правительство предоставило британской компании «BP» и итальянской компании «Eni» лицензии на эксплуатацию для бурения новых скважин и для восстановления существующих. Согласно последним тенденциям, ожидается, что экономическая и внешнеэкономическая открытость страны будет постепенно расширяться.

## **9.2. Риски**

### **Политическая нестабильность**

Недавние военные конфликты и политическая нестабильность в Ираке хорошо известны. Несколько десятилетий войн разрушили большую часть инфраструктуры страны, и сейчас правительство борется за поддержание власти и порядка во многих сферах. Любая компания, рассматривающая возможность экспорта в Ирак, должна понимать, что есть риски ухудшения ситуации.

В целом политическая и экономическая ситуация и ситуация с безопасностью в Ираке остается нестабильной, однако в Багдаде за последние годы наблюдаются улучшения. Передвижение ограничено, за пределами центрального Багдада перевозки практически всегда осуществляются в сопровождении групп вооруженной охраны. Несмотря на это, коммерческие возможности велики, поскольку страна продолжает восстанавливать свою инфраструктуру и основные институты.

### **Фрагментированный розничный рынок**

Высокофрагментированный частный розничный рынок — риск для нового и неопытного экспортера. Процесс выстраивания деловых отношений на Ближнем Востоке может быть очень медленным, при этом дистрибьюторы и отдельные магазины могут неохотно переходить на нового поставщика и неизвестный бренд.

### **Защита прав интеллектуальной собственности**

Хотя Ирак является полноправным членом ВОИС и имеет нормативно-правовую базу, регулирующую защиту патентов, ИС и товарных знаков, сильно раздробленная розничная сеть и проблематика правоприменения может привести к тому, что продажи контрафактной продукции останутся незамеченными или безнаказанными. Компании, выходящие на иракский рынок, ожидают меньший уровень государственной защиты, чем, возможно, тот, к которому они привыкли на других рынках. Частота злоупотребления ИС будет расти в геометрической прогрессии по мере роста популярности бренда компании.

# 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.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 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, которые необходимо предпринять для экспорта подсолнечного масла в Республику Ирак (см. раздел 3 и раздел 4)**

- 1) Получение санитарного сертификата для соевого масла у уполномоченного органа Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзора).
- 2) Оформление прочих документов на соответствие требованиям стандартов Республики Ирак.
- 3) Таможенное оформление экспорта.

**По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.**

# Контактная информация

---



Содержание

---



## 11.1.

Потенциальные партнеры

## 11.2.

Профильные организации

## 11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Trans Iraq</b>	Дистрибьюторская деятельность / поставки для сектора общественного питания	Адрес: Al-Jadrayah, Baghdad Тел.: +96 4790 190 9136 E-mail: Ammar.Fouad@transiraq.com Сайт: <a href="http://www.transiraq.com">www.transiraq.com</a>
<b>Active Food</b>	Импорт / дистрибьюторская деятельность	Адрес: Mala Omer Village Opposite Befrin, Erbil Тел.: +96 0750 892 0874 E-mail: info@activefood.net Сайт: <a href="http://www.activefood.net">www.activefood.net</a>
<b>Carrefour</b>	Импорт / розничные продажи	Адрес: Duhok, Irak, Erbil 42001 Сайт: <a href="http://www.carrefouriraq.com">www.carrefouriraq.com</a>
<b>Hewa</b>	Импорт / дистрибуция / оптовые и розничные продажи	Адрес: Hewa City, Koya Road, Arbil, Kurdistan / IRAQ Тел.: + 96 066 213 3003 E-mail: info@hewa.com Сайт: <a href="http://hewa.com">hewa.com</a>
<b>Holland Bazar</b>	Импорт / розничные продажи	Адрес: Vital Village Rd, Erbil Тел.: +964 751 740 2801 E-mail: info@hollandbazar.com Сайт: <a href="http://hollandbazar.com">hollandbazar.com</a>

## 11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
<b>Министерство сельского хозяйства</b>	Адрес: Nidhal Street, Baghdad Тел.: +96 719 5381, +96 718 6611, +96 718 6651 E-mail: info@zeraa.gov.iq Сайт: <a href="http://www.zeraa.gov.iq">www.zeraa.gov.iq</a>
<b>Министерство здравоохранения и окружающей среды</b>	Адрес: Al Adham Street, Baghdad Тел.: + 96 4790 192 5945 E-mail: ihsan.alkhayat@yahoo.com Сайт: <a href="http://www.moh.gov.iq">www.moh.gov.iq</a>

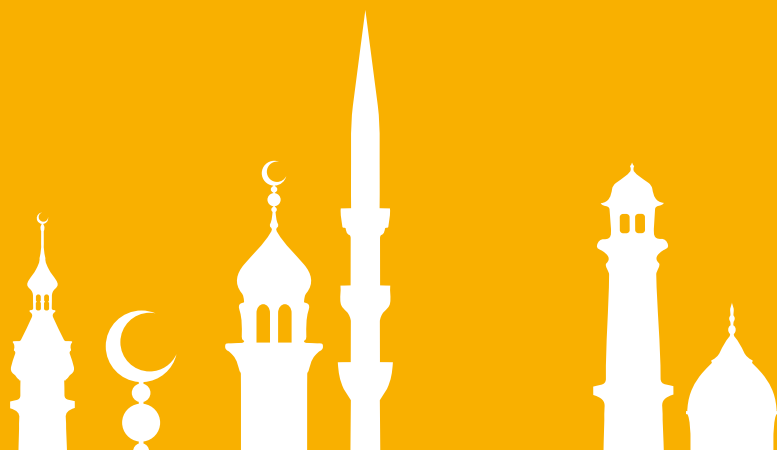
Контактная информация

Организация	Контактная информация
<b>Министерство планирования</b>	Адрес: P.O. Box 13032 Al-Jaderiya, Baghdad Тел.: +96 4790 178 9611 E-mail: <a href="mailto:info@mop.gov.iq">info@mop.gov.iq</a> Сайт: <a href="http://www.mop.gov.iq">www.mop.gov.iq</a>
<b>Центральная организация по стандартизации и контролю качества</b>	Адрес: Ministry of Planning P.O. Box 13032 Al-Jaderiya Baghdad Тел.: +96 4790 178 6768; +96 4790 190 8418 E-mail: <a href="mailto:info.center@cosqc.gov.iq">info.center@cosqc.gov.iq</a> Сайт: <a href="http://www.cosqc.gov.iq">www.cosqc.gov.iq</a>
<b>Национальная инвестиционная комиссия</b>	Адрес: Karada 10001 Baghdad Тел.: +96 4790 118 3316, +96 4772 719 5427 E-mail: <a href="mailto:info@investpromo.gov.iq">info@investpromo.gov.iq</a> Сайт: <a href="http://www.investpromo.gov.iq">www.investpromo.gov.iq</a>

**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---





## Программа льготного кредитования

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

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

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

## Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК, путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

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



## Программа льготного лизинга

Льготный лизинг оборудования направлен на приобретение оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25% или 45% от стоимости предмета лизинга.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

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

## Программа стимулирования производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 №717 (приложение 11 (1))

## **Программа строительства мелиоративных сооружений**

Компенсация осуществленных расходов на увеличение введенных в эксплуатацию мелиорируемых земель сельскохозяйственного назначения и вовлеченных в оборот сельскохозяйственных угодий в рамках регионального проекта в размере до 50%.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 14.05.2021 №731 (приложение №8)

## **Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК**

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

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

## **Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках**

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках в размере 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 утвержденный Минсельхозом России перечень.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

## **Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки**

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

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. рублей в год за участие не более чем в 3 выставках, крупному бизнесу возмещается до 2 млн рублей в год за участие не более чем в 3 выставках.

**Компетентные органы:** Минпромторг России, 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 затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

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

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

# Приложение №1.

## Особенности защиты брендов в Ираке

В 1957 г. в Ираке был принят закон №21 «О товарных знаках и коммерческих данных», и только в 2004 г. Временным правительством Ирака (СРА) был издан приказ №80, который внес поправки в этот закон и переименовал его в закон о товарных знаках и географических наименованиях (закон о товарных знаках). Ирак является членом Парижской конвенции о защите промышленной собственности, которая была ратифицирована законом №212 от 1975 г. Кроме того, Ирак является членом Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), которая была ратифицирована законом №212 от 1975 г. Ирак стал членом ВОИС в январе 1976 г.

Ираку еще предстоит получить постоянное членство в ВТО, и одним из условий вступления в нее является принятие и реализация правовых норм, соответствующих Соглашению ВТО о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (TRIPS). В настоящее время в Ираке обсуждается законопроект, который обеспечит выполнение требований Соглашения TRIPS, однако, когда его примут, пока не ясно.

За последнее десятилетие в Ираке участились правонарушения в области охраны товарных знаков, в частности это касается реализации контрафактной продукции, что отчасти объясняется политической нестабильностью. По мере выстраивания экономики в Ираке и роста открытости для международной торговли, владельцы товарных знаков становятся более бдительными и готовыми защищать свои права в стране.

В соответствии с законом о товарных знаках, товарный знак определяется как любой знак или любое сочетание знаков, способные придать товару отличительные признаки, отличающие его от других товаров, которые могут обладать товарным знаком. Таким знаком могут быть слова, в том числе имена собственные, буквы, цифры, изобразительные элементы и цвета, а также любое сочетание таких обозначений. Закон продвинулся дальше и позволил принимать для регистрации знаки, которые не являются изначально отличительными, но становятся таковыми в процессе использования. Кроме того, от знаков не требуется визуального оформления, чтобы получить право на защиту в качестве товарного знака, что открывает возможности для регистрации нетрадиционных товарных знаков, например, запахов.

Закон о товарных знаках предусматривает отдельное определение для товарного знака услуги как любой знак или сочетание знаков, используемых лицом для идентификации и отличия услуг, предоставляемых одним лицом, в том числе уникального характера, от услуг, предоставляемых другими лицами, а также для определения источника таких услуг. Законом предусмотрены названия, имена героев и прочие отличительные черты радио- или телевизионных программ в качестве потенциальных товарных знаков.

Товарные знаки регистрируются в Бюро регистрации товарных знаков при Министерстве промышленности и минеральных ресурсов Ирака в Багдаде.

При этом в 2011 г. Министерство торговли и промышленности Курдистана запустило собственную систему регистрации, которая действует в провинции Курдистан. Это привело к конфликту с Бюро регистрации товарных знаков в Багдаде, полномочия которого по вопросам соблюдения закона о товарных знаках распространяются на всю территорию Ирака, в том числе на Курдистан. Бюро по товарным знакам в Багдаде обратилось в Государственный совет с просьбой представить заключение и разъяснения по ситуации для разрешения конфликта, но окончательного решения пока принято не было.

Таким образом, в настоящее время для защиты товарного знака можно его зарегистрировать как в Багдаде, так и в офисах Курдистана одновременно, в зависимости от планов владельца бренда относительно территории ведения бизнеса в Ираке. Несмотря на то что регистрация в Бюро Багдада действует на всей территории страны, для владельца бренда, имеющего намерения вести бизнес в Курдистане, может оказаться целесообразным зарегистрировать товарный знак также и в Курдистане, особенно принимая во внимание, что процесс в Курдистане проходит гораздо быстрее, чем в Бюро Багдада.

Срок действия защиты товарного знака составляет десять лет и возобновляется на аналогичный период.

Защита, предусмотренная законом о товарных знаках, предназначена для зарегистрированных товарных знаков, поскольку закон предусматривает, что владелец зарегистрированного товарного знака имеет исключительное право запретить всем третьим лицам, не имеющим согласия владельца, использовать идентичные или аналогичные знаки для товаров или услуг, идентичных или аналогичных тем, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, в тех случаях, когда такое использование может привести к смешению.

Однако известные товарные знаки охраняются в Ираке, даже если они не имеют регистрации в стране.

Нарушение прав на товарные знаки является наказуемым преступлением в соответствии с законом о товарных знаках, который под нарушениями подразумевает следующее:

- 1) подделку зарегистрированного товарного знака или имитацию его таким образом, чтобы это могло ввести в заблуждение общественность, или умышленное использование контрафакта или имитации знака;
- 2) незаконное использование зарегистрированного товарного знака, принадлежащего другой стороне;
- 3) недобросовестное размещение зарегистрированного товарного знака, принадлежащего третьей стороне, на своей продукции;
- 4) заведомую продажу или предложение для продажи, или распространения, или владения с целью продажи, продукции, на которой размещены поддельный или имитированный товарный знак, или товарный знак, закрепленный незаконным образом;

- 5) умышленное предложение или оказание услуг под поддельным, имитированным или незаконно использованным знаком.

Наказание, предусмотренное законом, составляет тюремное заключение сроком не менее одного года и не более пяти лет и/или штраф в размере не менее 50 млн динаров (43 тыс. долл. США) и не более 100 млн динаров (86 тыс. долл. США). В случае неоднократного нарушения наказанием будет лишение свободы на срок не менее 5 лет и не более 10 лет и/или штраф в размере не менее 100 млн динаров (86 тыс. долл. США) и не более 200 млн динаров (171,5 тыс. долл. США), а также закрытие магазина или предприятия, осуществляющего коммерческую деятельность, на срок не менее пятнадцати дней и не более шести месяцев, а также обнародования решения за счет нарушителя.

Таким образом, владелец зарегистрированного товарного знака может подать жалобу в следственный комитет, который, после изучения доказательств и показаний, передает уголовное дело в суд.

Помимо заявления о возбуждении уголовного дела, владелец товарного знака может подать гражданский иск, подкрепленный достаточными доказательствами нарушения права на товарный знак и понесенных убытков, в соответствующую судебную инстанцию для требования о получении компенсации. По решению суда компенсация должна составлять достаточную сумму для возмещения ущерба, понесенного владельцем товарного знака в результате нарушения. Кроме того, владельцы товарных знаков могут обратиться с иском на нарушителя.

В любом случае до или после возбуждения уголовного или гражданского дела владелец товарного знака может обратиться к следствию или суду с просьбой применить меры пресечения, в частности, для изъятия средств и инструментов, используемых при совершении правонарушения, а также продукции, товаров, упаковочных материалов, бумаги, бирки и т.д., на которые нанесен объект нарушения.

Несмотря на отсутствие пограничных мер, предписываемых законом о товарных знаках в отношении нарушений прав на товарные знаки, наделяющих таможенные органы полномочиями по самостоятельному пресечению появления контрафактных товаров, остановить такие товары на границе возможно после вынесения судом окончательного решения. Владельцы брендов должны вступить в переговоры с таможенными органами для поиска способа сдерживания контрафактных товаров от проникновения на территорию Ирака.

Закон о товарных знаках Ирака предусматривает разумные меры для защиты и обеспечения соблюдения права на товарные знаки. Несмотря на задержки, вызываемые нестабильной ситуацией в стране, владельцы товарных знаков все чаще добиваются регистрации в Ираке. По фактам нарушения прав на товарные знаки возбуждается все больше дел, и Ирак проявил себя как значимый рынок, на котором владельцы брендов должны защищать свои права.

# Приложение №2.

## 10 шагов при подготовке к экспорту

### 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности

**Насколько компания готова к выходу на международные рынки и экспорту своей продукции?**

- Пройдите онлайн-тест на готовность к экспортной деятельности.
- Оцените возможности компании и ее потенциал как экспортера.
- Решите, готова ли компания к экспорту продукции в настоящее время.
- Определите, что необходимо изменить в компании/ее оперативной деятельности/продукции для успешного экспорта.

### 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании

**Насколько конкурентны цены на вашу продукцию по сравнению с мировыми ценами?**

**Что делает вашу компанию и ее продукцию привлекательными на международных рынках?**

- Определите уникальные продукты и услуги вашей компании, которые не может предложить потенциальным клиентам другая организация.
- Изложите ваше уникальное предложение в четкой тезисной форме.
- Постоянно используйте эти тезисы в своей торговой аргументации и маркетинговых материалах.

### 3) Составьте список приоритетных целевых рынков

**Что должна предпринять ваша компания для усиления своего присутствия на международном рынке?**

- Проанализируйте основные международные потоки импорта/экспорта целевого продукта.
- Определите основные потенциальные рынки.
- Проведите сравнительный анализ этих рынков с точки зрения размера, роста, удаленности, соответствия вашему продукту и/или ценовому предложению, присутствия вашей компании в стране целевого рынка, тарифных и нетарифных барьеров, легкости ведения бизнеса, рисков, сезонных и иных факторов, имеющих отношение к вашему продукту.



- Составьте рейтинг потенциальных рынков.

#### **4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка**

##### **Соответствуют ли ваша компания и ее продукция требованиям и стандартам целевого рынка?**

- Оцените требования к компании и/или предприятиям-экспортерам на вашем главном потенциальном рынке.
- Проверьте соответствие своей продукции санитарным, фитосанитарным и иным требованиям других стран к импорту.
- Проверьте соответствие рыночным стандартам, в том числе частным стандартам ключевых клиентов.
- Осуществите контроль упаковки и требований к маркировке.
- Оцените продукцию и свои профессиональные обязательства, а также необходимость иметь страховое покрытие.

#### **5) Изучите ваш целевой рынок/рынки**

##### **Существуют ли для вашей компании и ее продукции реальные возможности на целевом рынке?**

- Проанализируйте размер и рост приоритетного для вас рынка по ключевым сегментам.
- Изучите тарифные и нетарифные барьеры.
- Определите наиболее привлекательные и прибыльные сегменты, потенциально значимые для вашей продукции.
- Изучите предпочтения и покупательское поведение потенциальных клиентов: как, где и когда они приобретают продукцию, чтобы определить лучшие каналы для связи с ними.
- Выясните потенциальные каналы распределения для выбранного продукта/сегмента.
- Составьте описание ключевых местных и/или международных конкурентов на выбранном рынке/в определенных сегментах и оцените конкурентные угрозы, риски и возможности.
- Определите основных импортеров и потенциальных местных партнеров на рынке.

## **6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции**

### **Как быстрее, безопаснее и бюджетнее выйти на рынок?**

- Проконсультируйтесь с опытными логистами, экспедиторами и таможенными брокерами, как привлечь клиентов на целевом рынке самым быстрым, безопасным и малозатратным способом в соответствии с особенностями вашей продукции.
- Тщательно изучите потенциальные проблемы логистики на целевом рынке, включая транспортировку и хранение товара внутри страны.
- Оцените риски и дополнительные затраты, которые могут быть связаны с задержками при транспортировке и растаможивании товара.
- Изучите политические, валютные, платежные риски и фактор коррупции, а также оцените вероятность их возникновения и потенциальное влияние на вашу деятельность.
- Рассмотрите соответствующие варианты страхования, компенсации или снижения рисков.

## **7) Определите стратегию выхода на рынок**

### **Как действовать, чтобы преуспеть на целевом рынке?**

- Выберите сегмент(ы) рынка, который(ые) представляет(ют) оптимальные возможности и наиболее подходит(ят) вашей компании и ее продукции.
- Определите расходы, условия доставки (см. ИНКОТЕРМС) и ценовую стратегию.
- Выберите позиционирование на рынке, особенности продукта(ов), каналов и механизмов продвижения.
- Определите модель выхода на рынок (агенты, дистрибьюторы, коммерческий офис, прямые продажи или электронная торговля, лицензирование, франчайзинг, роялти и т.д.), которая будет оптимальна для вашей компании, продукции и ресурсов.

## **8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке**

### **Какие компании являются лучшими и наиболее надежными партнерами для достижения успеха на целевом рынке?**

- Изучите круг потенциальных местных партнеров и составьте список тех, кто наилучшим образом соответствует вашей компании, ее продукции, стратегии и модели выхода на рынок.

- Создайте сравнительную таблицу с основными характеристиками, сильными и слабыми сторонами каждого из ваших потенциальных партнеров и подготовьте итоговый список (шорт-лист).
- По возможности посетите страну лично и познакомьтесь с потенциальными партнерами из итогового списка, чтобы выяснить на месте степень взаимопонимания и перспективы сотрудничества.
- Составьте рейтинг потенциальных партнеров и проведите юридическую проверку.
- Проконсультируйтесь с местным юристом, прежде чем заключать официальный договор с выбранным партнером.

### **9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок**

**Что необходимо изменить в компании и какие ресурсы требуется мобилизовать, чтобы преуспеть на новом рынке?**

- Проанализируйте квалификацию своих сотрудников и наличие у них необходимых навыков для выхода на новый рынок.
- Проведите повторную оценку возможностей по своевременной качественной доставке продукции на целевой рынок в должном объеме с соблюдением условий хранения.
- Подумайте о дополнительных инвестициях и ресурсах, в том числе денежных средствах, которые могут понадобиться для развития целевого рынка, механизмов управления им и доставки продукции.
- Оцените, какие изменения необходимо внести в вашу организацию, производство и систему управления, чтобы иметь возможность обслуживать новый рынок.

### **10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию**

- Определите свои цели с точки зрения прибыли и продаж. Будьте реалистичны и объективны, тщательно переосмыслите стратегию выхода на рынок и возможности его развития.
- Подготовьте план действий и оцените связанные с ним затраты, необходимые для развития и управления рынком (планируйте затраты на временной период от года до трех лет в зависимости от вашего времени безубыточности и окупаемости).
- Рассмотрите все дополнительные затраты и инвестиции, которые потребуются от вашей компании для развития и обслуживания нового рынка.

- Рассчитайте точки безубыточности и периоды окупаемости на целевом рынке на основе реалистичного прогноза продаж.
- Составьте прогноз движения денежных средств с учетом того, что экспорт, скорее всего, будет связан с более длительными циклами платежей, а также с дополнительными авансовыми инвестициями.
- Подготовьте комплексный финансовый план.

# Приложение №3.

## Возмещение НДС при экспорте товаров

Реализация товаров на экспорт облагается НДС по ставке 0%. Право на применение такой ставки необходимо документально подтвердить — в ИФНС надо представить, в частности, следующие документы (их копии) (пп. 1 п. 1 ст. 164, п. 1 ст. 165 НК РФ):

- контракт с иностранным покупателем;
- таможенную декларацию с отметками таможи;
- товаросопроводительные и транспортные документы с отметками таможи.

На сбор пакета подтверждающих документов отведено 180 календарных дней с даты помещения товаров под таможенную процедуру экспорта (п. 9 ст. 165 НК РФ). До сбора документов или истечения 180 дней реализация экспортных товаров в декларации по НДС не отражается. Не позднее 5 календарных дней с даты отгрузки товаров на экспорт нужно выставить счет-фактуру в двух экземплярах (для себя и покупателя). В графах 7 и 8 счета-фактуры указать нулевую ставку НДС и нулевую сумму налога соответственно. В книге продаж счет-фактура регистрируется в квартале, в котором собраны все подтверждающие документы (п. 4 ст. 166, п. 9 ст. 167 НК РФ, п. 2 Правил ведения книги продаж, утв. Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 г. №1137). Если в установленный срок необходимые документы не собраны, то выставляется счет-фактура в одном экземпляре (для себя), с указанием стандартной ставки НДС (10% или 20%) и соответствующей ей суммы налога. Счет-фактура регистрируется в дополнительном листе книги продаж за квартал, в котором товар был отгружен на экспорт.

## Учет НДС при экспорте

Экспортируя товар, организация имеет право на вычет входного НДС по этому товару (п. 9 ст. 167, п. 3 ст. 172 НК РФ). При этом входной НДС в отношении товаров (не являющихся сырьевыми), оприходованных с 01.07.2016 г., принимается на учет в общем порядке. Соответственно, вести отдельный учет НДС по экспорту в таком случае не нужно. Если экспортируются сырьевые<sup>6</sup> товары или принятые на учет до 01.07.2016 иные товары и помимо экспорта есть операции, облагаемые НДС по другим ставкам или же не облагаемые этим налогом,

---

<sup>6</sup> Сырьевые товары — это (абз. 3 п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина от 14.09.2016 №03-07-08/53679): минеральные продукты; продукция химической промышленности и связанных с ней других отраслей промышленности; древесина и изделия из нее; древесный уголь; жемчуг и изделия из него; драгоценные и полудрагоценные камни и изделия из них; драгоценные металлы, недрагоценные металлы и изделия из них. Соответственно, иные товары являются несырьевыми.

то необходимо вести отдельный учет НДС (Письмо ФНС России от 31.10.2014 №ГД-4-3/22600). Порядок его ведения нужно прописать в учетной политике. Принять налог к вычету в этом случае можно на последнее число квартала, в котором собран полный пакет документов, подтверждающих применение нулевой ставки НДС.

## **Восстановление НДС при экспорте**

Если по сырьевым товарам или принятым на учет до 01.07.2016 г. иным товарам, в дальнейшем реализованным на экспорт, ранее принят входной НДС к вычету (например, изначально товары предназначались для перепродажи внутри страны), то этот НДС необходимо будет восстановить (Письмо Минфина России от 08.05.2015 №03-07-11/26720). Сделать это нужно в том квартале, когда произошла экспортная отгрузка. Суммы восстановленного НДС отражаются в строке 100 графы 5 Раздела 3 Декларации по НДС. Подтвердив право на ставку 0%, можно снова принять НДС к вычету. Если же речь идет об экспорте несырьевых товаров, принятых на учет с 01.07.2016, восстанавливать НДС по ним не нужно.

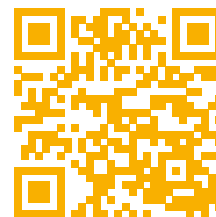
## **Заполнение декларации по НДС при экспорте**

Экспортная реализация отражается в общей декларации по НДС (утв. Приказом ФНС России от 29.10.2014 №ММВ-7-3/558). Под экспортные операции отведены разделы 4–6: в разделе 4 отражается подтвержденный экспорт, в разделе 6 — неподтвержденный, а раздел 5 предназначен для расчета вычетов по экспортным операциям. При этом, если экспортируются несырьевые товары, принимаемый к вычету НДС по ним отражается в разделе 3 декларации (Письмо ФНС России от 06.07.2017 №СД-4-3/13093). Если документы, подтверждающие нулевую ставку НДС, собраны в срок, то заполняется раздел 4 декларации за тот квартал, когда эти документы собраны. Вместе с декларацией нужно представить в ИФНС и сами документы (п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина России от 15.02.2013 №03-07-08/4169). Если собрать документы вовремя не удалось, то экспортную реализацию нужно обложить по обычной ставке НДС (10% или 20%), подав уточненную декларацию с заполненным разделом 6 за период, в котором товар экспортирован. Соответственно, нужно будет уплатить в бюджет налог, а также пени.

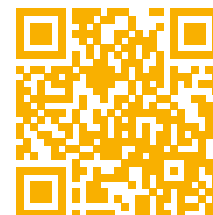
После того как документы собраны, необходимо сдать их в инспекцию вместе с декларацией за текущий квартал с заполненным разделом 4. В случае отсутствия претензий относительно применения нулевой ставки, уплаченный НДС вернут по заявлению. Но пени в данном случае остаются в бюджете.

# Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

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



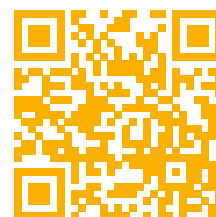
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



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



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



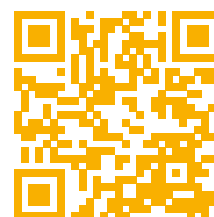
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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



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



## **Мы в социальных сетях:**

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

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

Яндекс Дзен: [www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)



## **Связаться с нами:**

---

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

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

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

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

