

Экспортный гид

Воды газированные



ОАЭ



Экспортный гид

Воды газированные



ОАЭ

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта минеральной воды в ОАЭ. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт минеральной воды в ОАЭ.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2024.

© Все права защищены.

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



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	9
1. Краткий обзор — ОАЭ	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	24
2. Обзор рынка.....	27
2.1. Объем и динамика рынка	29
2.2. Потребительские предпочтения	50
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	53
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	61
3. Требования и стандарты на продукцию	67
3.1. Требования к производителям	69
3.2. Требования к продукции.....	71
3.3. Требования к упаковке и маркировке	73
4. Особенности и барьеры входа на рынок	78
4.1. Особенности таможенных процедур.....	80
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	84
5. Организация экспортных поставок	87
5.1. Логистика.....	89
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	98
5.3. Формы присутствия на рынке	101
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	105
6. Продвижение продукции	108
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	110
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	111
7. Особые экономические зоны	112
8. Особенности деловой культуры.....	118

9. Преимущества и риски осуществления поставок	123
9.1. Преимущества.....	125
9.2. Риски.....	126
10. Карта действий экспортера	127
11. Контактная информация	131
11.1. Потенциальные партнеры	133
11.2. Профильные организации.....	134
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	135
Приложение №1. Нормативно-правовая база.....	141

Резюме

- Большую часть территории ОАЭ занимает одна из крупнейших пустынь мира — Руб-эль-Хали. Страна характеризуется крайне засушливым тропическим климатом: летом температура воздуха в тени достигает 50 °С, среднегодовая норма осадков составляет лишь около 100 мм. В сочетании с отсутствием в стране полноводных рек и озер данное обстоятельство затрудняет развитие земледелия практически на всей территории ОАЭ;
- Успех экономики ОАЭ основан на рациональном управлении доходами от продажи природных ресурсов. Будучи седьмой в мире страной по доходам на душу населения и одним из крупнейших потребителей предметов роскоши, ОАЭ являются привлекательным рынком для экспорта широкой номенклатуры продуктов питания;
- В ОАЭ налажено собственное производство питьевой воды путем очищения опресненной морской воды и воды из подземных источников. Внутреннее производство негазированной воды в ОАЭ почти полностью обеспечивает потребности населения, и часть воды поставляется за рубеж. При этом на территории страны отсутствуют запасы природной минеральной воды и родниковой воды, в связи с чем ОАЭ импортирует данные виды продукции, а также развивает производство минеральной воды искусственной газации;
- Бутилированная вода является наиболее востребованным видом продукции среди всех безалкогольных напитков в ОАЭ, потребление бутилированной воды ОАЭ в стоимостном выражении в 2022 г. превысило 2,7 млрд долл. США. Спрос на бутилированную воду постепенно восстанавливается после пандемии COVID-19: потребление данного вида продукции в натуральном выражении сократилось на 17,2% в 2020 г. и выросло на 6,7% за 2022 г.;
- Потребление бутилированной воды на душу населения в ОАЭ по итогам 2022 г. оценивалось на уровне 239,6 литров на человека в год;
- Основная часть бутилированной воды в ОАЭ потребляется в негазированном виде. В 2022 г. потребление негазированной очищенной воды составляло 97,0% объема, еще 0,9% приходилось на негазированную минеральную воду и 0,8% — на негазированную родниковую воду. На долю газированной воды приходилось 1,2% всего объема потребления, из которых 0,8% — газированная минеральная вода;
- Потребление газированной воды на душу населения в ОАЭ в 2022 г. составило 2,9 литров на человека в год, что на 24,7% ниже рекордного уровня 2019 г. и обусловлено нарушением логистических цепочек из-за пандемии. В 2022 г. потребление газированной воды в ОАЭ увеличилось по отношению к 2021 г. на 2,8% (или порядка 800 тыс. литров);

- В структуре потребления газированной воды 65,2% объема в натуральном выражении занимает газированная минеральная вода, ее доля ниже уровня 2018 г. (72,1%), поскольку в период пандемии потребление именно газированной минеральной воды сократилось наиболее значительно. В то же время объемы продаж очищенной газированной воды в последние годы остаются стабильными и составляют около 9,9–10,5 млн литров в год;
- В 2022 г. экспорт бутилированной воды ОАЭ составил 101,9 тыс. тонн на сумму 24,4 млн долл. США. Основными покупателями бутилированной воды ОАЭ являются соседние Оман, Бахрейн и Саудовская Аравия. В структуре экспорта преобладает минеральная вода (код ТН ВЭД 220110);
- В 2022 г. импорт бутилированной воды ОАЭ составил 169,3 тыс. тонн на рекордную сумму 83,7 млн долл. США. На фоне роста спроса на полезные продукты питания после пандемии COVID-19 объемы импорта воды растут на протяжении последних двух лет;
- В структуре импорта бутилированной воды ОАЭ преобладает минеральная вода (код ТН ВЭД 220110), на долю которой по результатам 2022 г. приходилось 90,7% в натуральном и 92,7% в стоимостном выражении. Основными поставщиками бутилированной воды ОАЭ являются Франция, Оман, Италия, Турция и Норвегия. Франция и Италия поставляют в ОАЭ практически исключительно минеральную воду. Основными поставщиками натуральной воды являлись Норвегия и Турция;
- Большая часть газированной воды ОАЭ потребляется в стеклянных бутылках, наиболее популярный размер упаковки — 200 мл, на долю газированной воды в стеклянных бутылках такого объема в 2022 г. приходилось 38,2% общего объема потребления в натуральном выражении;
- Потребители в ОАЭ предпочитают минеральную воду не только из-за популярности здорового образа жизни, но и по причине подорожания газированных напитков из-за действия акциза на сахар и сахаросодержащие напитки, достигающего 100% от стоимости товара;
- Основной объем бутилированной воды в ОАЭ реализуется через супермаркеты и гипермаркеты, на которые суммарно приходится 59,8% общего объема розничных продаж воды в натуральном выражении.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

ADAFSA	Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority — Управление сельского хозяйства и безопасности пищевых продуктов Абу-Даби
ADFCA	Abu Dhabi Food Control Authority — Управление по контролю за продуктами питания Абу-Даби
EIAC	Emirates International Accreditation Center — Международный Эмиратский Центр Аккредитации
ESMA	Emirates Authority for Standardization and Metrology — Управление по стандартизации и метрологии ОАЭ (входит в структуру MOIAT)
GSO	GCC Standardization Organization — Организация по стандартизации стран Персидского залива
НАССР	Hazard Analysis Critical Control Points — система анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции
Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
UN Comtrade	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
JAFZA	Jebel Ali Free Zone — свободная экономическая зона Джабаль-Али
MOIAT	Ministry of Industry and Advanced Technology — Министерство промышленности и передовых технологий ОАЭ
МОССАЕ	Ministry of Climate Change and Environment — Министерство изменения климата и окружающей среды ОАЭ
МОЕВ	Ministry of Environment and Water — Министерство окружающей среды и водных ресурсов ОАЭ
RAKEZ	Ras Al Khaimah Economic Zone — свободная экономическая зона Рас-аль-Хайма
WGI	Worldwide Governance Indicators — показатели качества и эффективности государственного управления, рассчитываемые по методике Всемирного банка

VNACCS/ VCIS	Электронная таможенная система обработки данных
WGI	Worldwide Governance Indicators — рейтинг показателей эффективности государственного управления в странах мира

Русскоязычные сокращения

АИС	Автоматизированная информационная система
АО	Акционерное общество
АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовой внутренний продукт
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ИС	Информационная система
МВФ	Международный валютный фонд
ООН	Организация Объединенных Наций
ООО	Общество с ограниченной ответственностью
ССАГПЗ	Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива
СЭЗ	Свободная экономическая зона
ТН	Товарная накладная
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
УСН	Упрощенная система налогообложения
ФТС	Федеральная таможенная служба
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение



Объединённые Арабские Эмираты — федерация семи эмиратов и один из важнейших экономических центров Ближнего Востока. Страна, население которой когда-то зависело от рыболовства и сокращающейся жемчужной промышленности, сегодня является динамичным, ориентированным на международный рынок торговым и финансовым центром на берегах Персидского залива. Столица страны Абу-Даби — административный центр ОАЭ, Дубай — центр международного бизнеса и туризма.

Общие сведения (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 507,1 млрд долл. США

Рост ВВП: 7,9%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 84 657,2 долл. США

Уровень инфляции: 4,8%

Приток ПИИ: 22,7 млрд долл. США

Население: 9,4 млн человек

Площадь страны: 98,6 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель (2020 г.): 3,9 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Дубай (3,5 млн), Шарджа (1,3 млн), Абу-Даби (603,5 тыс.), Аджман (490,0 тыс.), Рас-эль-Хайма (351,9 тыс.)

Уровень урбанизации: 87,5%

Уровень безработицы: 2,8%

Структура ВВП (2021 г.): сельское хозяйство (0,9%), промышленность (47,5%), сфера услуг (51,6%)

Структура занятости (2021 г.): сельское хозяйство (1,7%), промышленность (27,2%), сфера услуг (71,1%)

Объем экспорта АПК: 18,3 млрд долл. США

Основные товары экспорта АПК: сигары и сигареты, сухое молоко, масло рапсовое, табак курительный, сахар свекловичный и тростниковый

Объем импорта АПК: 23,8 млрд долл. США

Основные товары импорта: мясо птицы, говядина и пищевые субпродукты КРС, семена рапса, сухое молоко, сигары и сигареты

Источник: МВФ, Всемирный банк, ЮНКТАД, ООН, UN Comtrade

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — ОАЭ

1



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

Несмотря на замедление темпа роста ВВП до 3,4% в 2023 г., экономические перспективы страны остаются положительными. Этому способствуют рост экономической активности, реализация структурных реформ, направленных на повышение инвестиционной привлекательности и диверсификацию экономики, приток инвестиций в наукоёмкие отрасли, реализация крупномасштабных проектов, а также фискальные меры поддержки и высокие доходы нефтяного сектора. Важное место отводится развитию туризма в стране. В 2022 г. число туристов, прибывших в ОАЭ, выросло почти в 2 раза по сравнению с уровнем 2021 г. ОАЭ запустили свою Национальную туристическую стратегию до 2031 г., обозначив цель — стать одним из крупнейших туристических направлений в мире. По окончании программы планируется ежегодно привлекать 27,2 млрд долл. США инвестиций и 40 млн туристов.

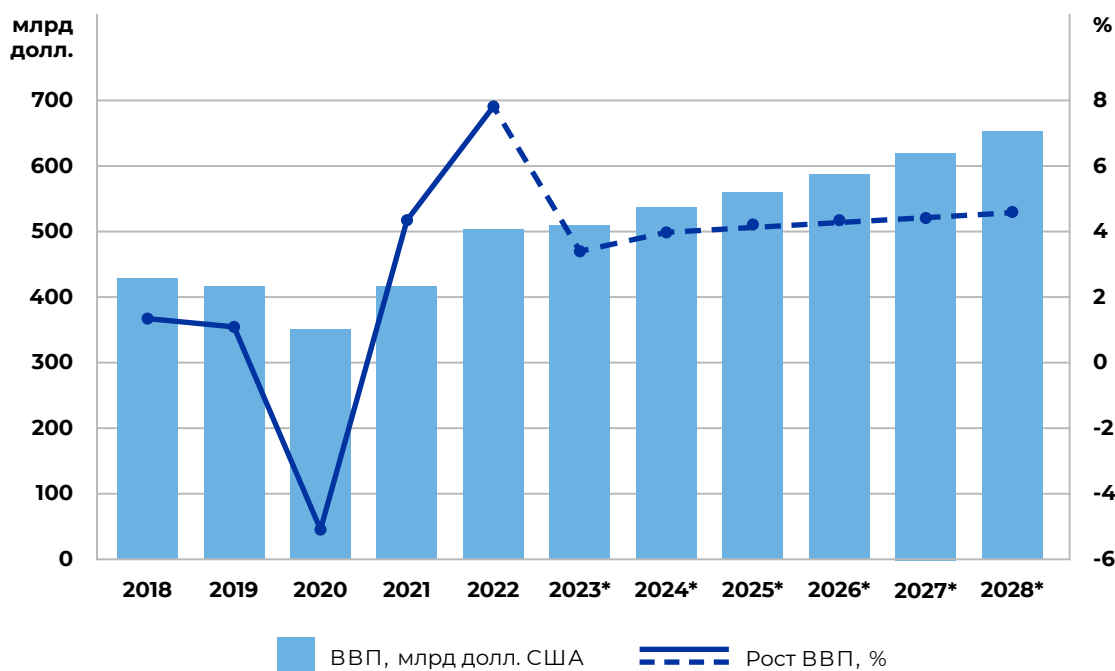
Прогнозы МВФ, Oxford Economics и Центрального банка ОАЭ предполагают рост ВВП в 2023 г. на 3,1-3,5% и рост ненефтяного ВВП на 3,8-4,5%. Положительные прогнозы на 2023 г. основываются на возрастающей роли туристического сектора, росте ПИИ, а также увеличении расходов в рамках утверждённого Федерального бюджета на 2023-2026 гг. для поддержания социально-экономического развития страны. В среднесрочной перспективе рост экономики ОАЭ, как ожидается, будет поддерживаться структурными реформами, а также продвижением внешнеэкономической политики в области Всеобъемлющих соглашений об экономическом партнерстве (СЕРА), которые будут стимулировать торговлю и интеграцию в глобальные производственно-сбытовые цепочки и способствовать привлечению ПИИ.

В то же время экономические показатели страны продолжают оставаться под давлением фактора глобальной неопределённости. Несмотря на сохранение высоких цен на нефть, наблюдаются некоторые признаки ослабления экономического роста. В случае падения цен на нефть ожидается сокращение бюджетных расходов и сворачивание усилий по диверсификации экономики.

Также наблюдается сильная конкуренция со стороны других стран Персидского залива, особенно Саудовской Аравии, которая может подорвать позиции ОАЭ как регионального центра, несмотря на меры по повышению привлекательности для иностранных инвестиций и привлечению квалифицированных кадров. Это приведёт к оттоку иностранного бизнеса и потребует пересмотра перспектив роста экономики страны.



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



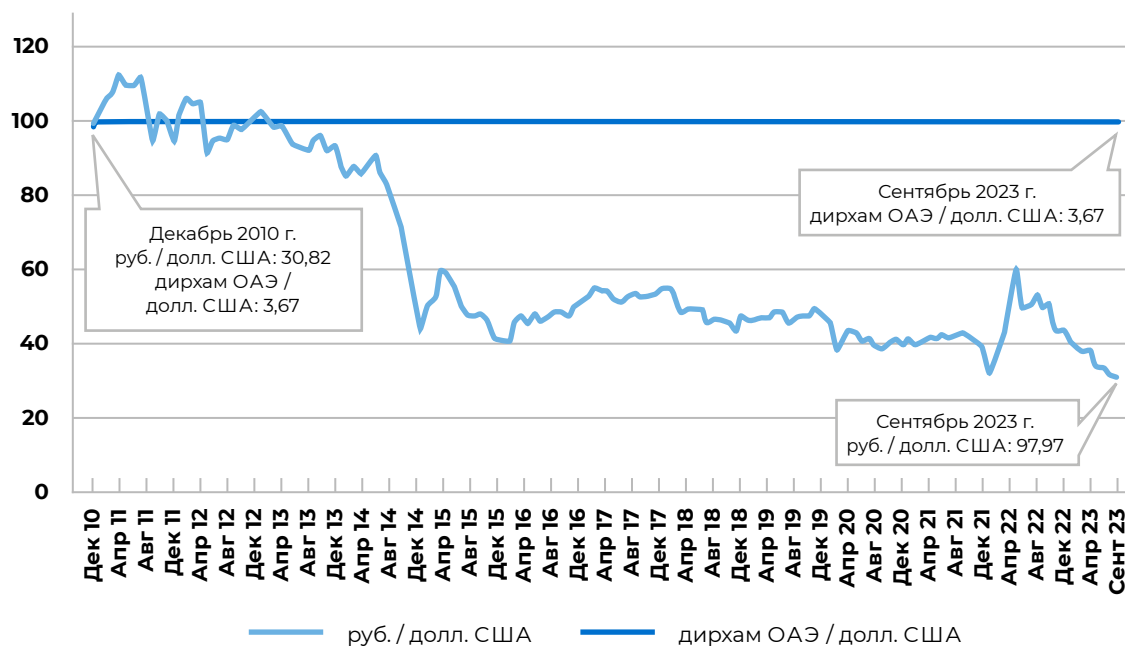
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.10.2023 г.

Ввиду валютной привязки дирхама ОАЭ к доллару США политика Центрального банка ОАЭ совпадает с политикой Федеральной резервной системы США. После изменения ФРС ключевой ставки регулятор ОАЭ принимает аналогичное решение. По мере повышения ставок в США кредитно-денежная политика ОАЭ также продолжит ужесточаться. Одно из последних повышений базовых ставок было предпринято ФРС США в июле 2023 г., когда ставка была увеличена на 25 базисных пунктов до 5,25–5,50% годовых с целью сдерживания роста инфляции. В свою очередь, ЦБ ОАЭ также принял решение о повышении базовой ставки на 25 базисных пунктов с 5,15% до 5,4%.

Рост процентных ставок негативно сказывается на показателях внутреннего потребления и частных инвестициях. В силу своей открытости экономика ОАЭ более подвержена изменениям мировой экономической конъюнктуры.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и дирхама ОАЭ к доллару США, декабрь 2010 г. — сентябрь 2023 г.



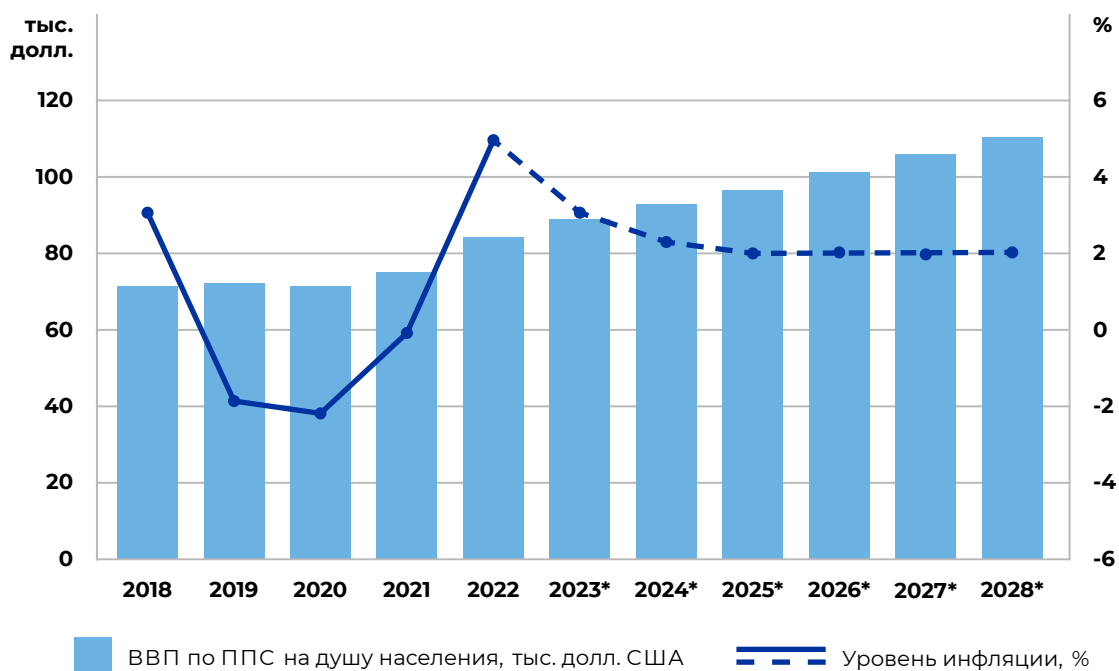
Источник: Банк международных расчётов, финансовый портал [Investing.com](https://www.investing.com)

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

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

С 2012 по 2017 гг. средний уровень инфляции не превышал 3,5%. Введение 5% НДС и акцизного налога ускорили рост данного показателя до 3,1% в 2018 г. Впоследствии на фоне падения цен на недвижимость уровень инфляции значительно снизился. В 2022 г. цены на недвижимость достигли 13-летнего максимума, что в совокупности с ростом цен на потребительские товары и топливо, а также с глобальным инфляционным давлением привело к повышению уровня инфляции до 4,8% в 2022 г. Ожидается, что политика повышения ключевой ставки центробанком ОАЭ приведет к снижению показателя до 3,1% в 2023 г., а в среднесрочной перспективе до 2,0%.

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



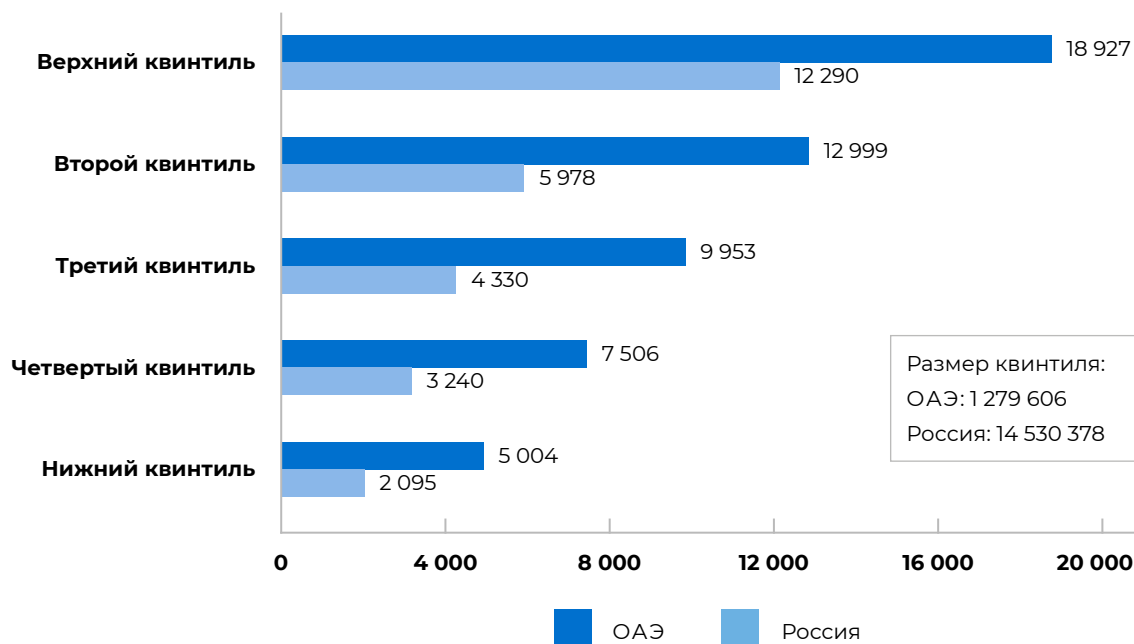
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание: *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.10.2023 г.

В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) группы населения приходится 34,8% доходов страны, тогда как на долю пятой группы — 9,2%. Причем пропасть между богатыми и бедными ещё шире, если рассматривать не только доход, но и все активы (акции, облигации и недвижимость). Согласно данным World Inequality Database (WID), в 2021 г. 43,5% национального благосостояния ОАЭ приходилось на 1% богатейших граждан страны, каждый из которых обладает чистым состоянием свыше 13 млн долл. США. На 10% наиболее состоятельных людей, чей капитал превышает 2,3 млн долл. США, в том же году приходилось 76,4% богатства страны.

Зависимость от иностранной рабочей силы указывает на то, что высокий уровень жизни недоступен многим категориям граждан, несмотря на экономическое процветание страны, поэтому социальное неравенство и разница в уровне благосостояния и доходов остается серьезной проблемой для ОАЭ.

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 учётом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

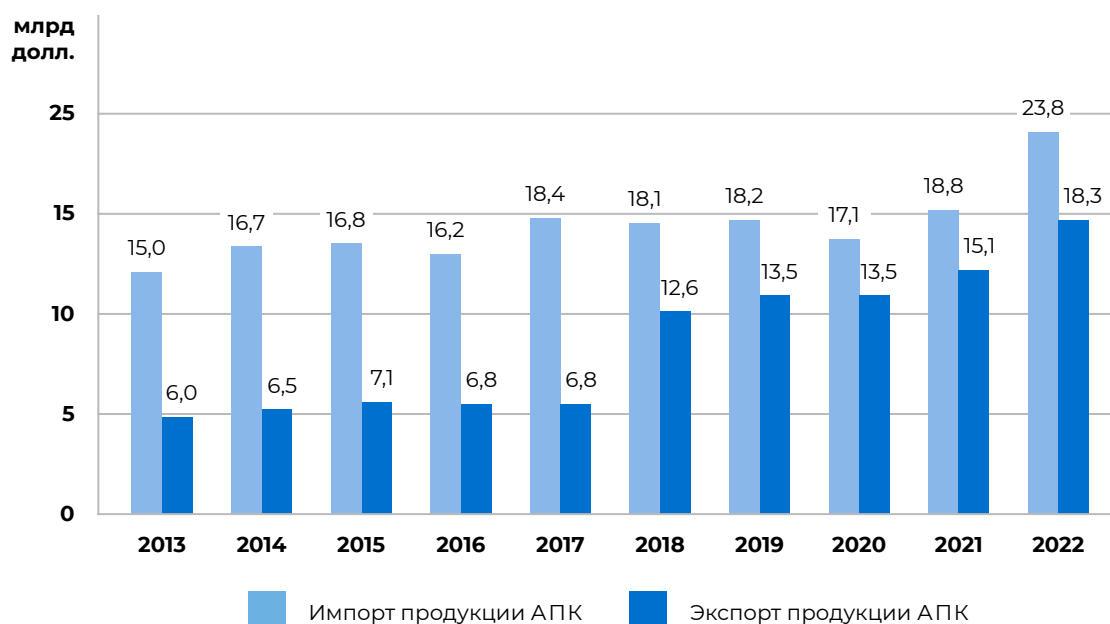
Внешняя торговля продукцией АПК

Большую часть территории ОАЭ занимает одна из крупнейших пустынь мира — Руб-эль-Хали. Страна характеризуется крайне засушливым тропическим климатом: летом температура воздуха в тени достигает 50 °С, а среднегодовая норма осадков составляет лишь около 100 мм. Поэтому территория ОАЭ считается зоной рискованного земледелия.

Сельское хозяйство в ОАЭ получило сильный импульс к развитию с конца 1970-х гг. благодаря государственной поддержке и внедрению передового международного опыта. Активно применяются инновационные методы орошения, а нехватка воды для полива решается посредством опреснения морской воды. Развивается технология вертикальных ферм: в июле 2022 г. американский производитель вертикальных ферм Crop One совместно с поставщиком бортового питания Emirates Flight объявили об открытии крупнейшей в мире вертикальной фермы Eco 1 около Дубая, а в феврале 2023 г. американская компания AeroFarms ввела в эксплуатацию вертикальную ферму площадью 6 040 м². Несмотря на это, площадь возделываемых и обрабатываемых земель в ОАЭ невелика и составляет порядка 50 тыс. га. Растениеводческая деятельность ведется на побережье Оманского залива, на Северо-Востоке эмирата Шарджа, в Абу-Даби и Рас-эль-Хайме.

При этом сельское хозяйство продолжает играть незначительную роль в экономике страны — на него приходится лишь 0,9% ВВП (3,8 млрд долл. США) и 1,7% занятого экономически активного населения. Растениеводство ОАЭ специализируется в основном на финиках, а также овощах: огурцах, помидорах и капусте. В животноводстве основными направлениями являются птицеводство и разведение КРС. В то же время ОАЭ остается крупным импортером, ежегодно закупая на внешних рынках продукцию АПК на сумму почти 19 млрд долл. США.

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



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сигары и сигареты	5 117,1	27,9
Сухое молоко	721,5	3,9
Масло рапсовое	628,8	3,4
Табак курительный	588,0	3,2
Сахар свекловичный и тростниковый	497,4	2,7
Шоколадные кондитерские изделия	495,0	2,7
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	462,9	2,5

Продолжение табл. 1

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Чай	439,4	2,4
Чечевица сушёная	389,8	2,1
Миндаль	329,6	1,8
Прочие продукты	8 649,5	47,2
Итого	18 318,9	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Мясо птицы	1 332,3	5,6
Говядина и пищевые субпродукты КРС	902,5	3,8
Семена рапса	890,9	3,7
Сухое молоко	827,2	3,5
Сигары и сигареты	655,1	2,8
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	651,5	2,7
Пшеница	648,3	2,7
Сахар свекловичный и тростниковый	581,8	2,4
Шоколадные кондитерские изделия	549,3	2,3
Рис	545,8	2,3
Прочие продукты	16 188,2	68,1
Итого	23 773,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

1.2. Политические тенденции

Политическое устройство

ОАЭ — федерация, состоящая из 7 монархий¹. Координация эмиратов осуществляется через Федеральный верховный совет (ФВС) — высший орган исполнительной и законодательной власти, членами которого являются все 7 эмиров. В стране действует общий федеральный закон, а также законы отдельных эмиратов, которые могут по-разному регулировать импорт и оборот продовольственных товаров.

ФВС уполномочен раз в 5 лет избирать президента и вице-президента, причем каждый эмират имеет один голос. С момента учреждения ФВС в 1971 г. президентом ОАЭ неизменно избирается эмир крупнейшего нефтедобывающего эмирата Абу-Даби. Президент осуществляет подписание указов и постановлений, исполняет обязанности верховного главнокомандующего силами страны. Президентом ОАЭ является Мухаммад ибн Заид Аль Нахайян, который вступил в должность 14 мая 2022 г.

Исполнительную власть осуществляет кабинет министров (совет министров), возглавляемый премьер-министром. Под руководством президента и ФВС вопросами внутренней и внешней политики ОАЭ занимаются 22 члена правительства. Кабинет министров разрабатывает законы и федеральный бюджет, принимает нормативные акты, регулирует исполнение законов. С 5 января 2006 г. Мохаммед ибн Рашид Аль Мактум занимает должность премьер-министра.

Федеральный национальный совет — совещательный орган парламентского типа, состоящий из 40 представителей 7 эмиратов (число представителей каждого эмирата пропорционально численности его населения). 20 членов назначаются эмирами, остальные избираются путем многоступенчатых выборов. Срок полномочий членов ФНС — 4 года.

Оценка рисков и влияние политической конъюнктуры на АПК

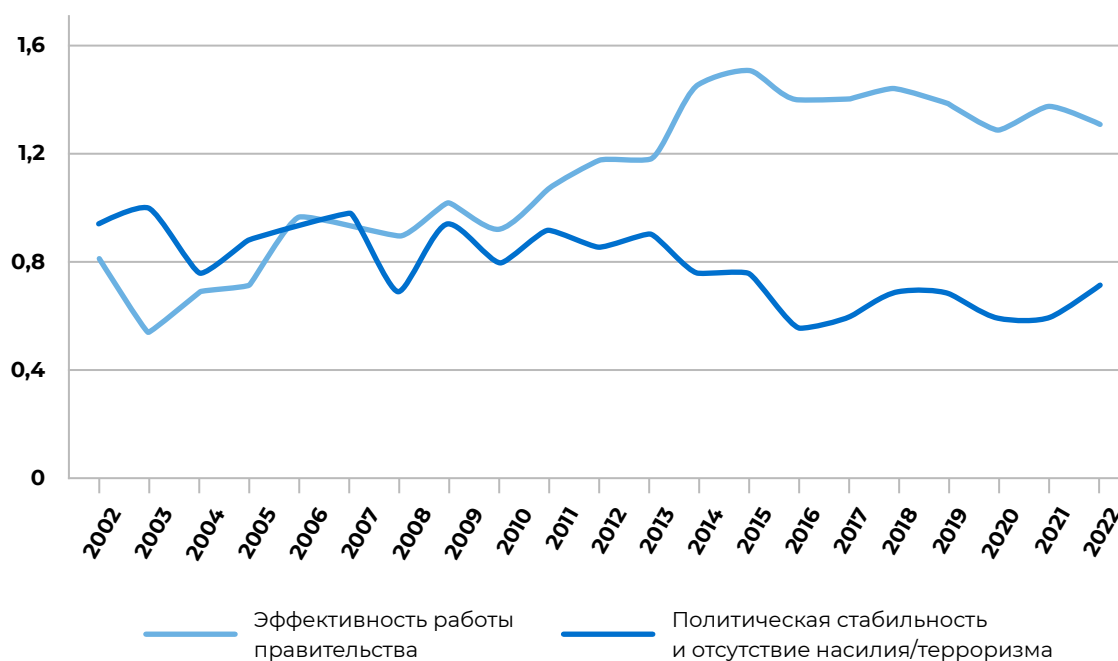
Ключевые риски для ОАЭ лежат в международной плоскости. ОАЭ и Саудовская Аравия вступили в фазу открытого соперничества: обе страны претендуют на лидерство в регионе и в арабском мире в целом. Точкой напряженности являются отношения США с Ираном и КСА с Ираном, а также неразрешенный конфликт в Йемене. Стоит отметить и нарастающее западное давление на ОАЭ, связанное с развитием российско-эмиратских отношений.

¹ Конституция // URL: clck.ru/38E3kN

К долгосрочным внутренним рискам стоит отнести саму политическую систему ОАЭ, основанную, фактически, на тандеме Абу-Даби-Дубай с признанием первенства рода Ан-Нахьянов, эмиров Абу-Даби. Назначение шейха Мансура на должность «второго вице-президента», должность, исторически принадлежащую эмиру Дубая, подчеркивает стремление Абу-Даби централизовать власть в федерации. Кроме того, по мере диверсификации экономики ОАЭ, ожидается, что политические противоречия между эмиратами будут нарастать, поскольку именно Дубай представляет собой двигатель несырьевой экономики ОАЭ.

Само качество управления в ОАЭ стабильно растет. Правительство поставило стратегическую задачу сделать свои услуги максимально доступными для граждан и бизнеса. Широко распространен формат электронных государственных услуг. Другим крайне важным направлением деятельности ОАЭ является диверсификация экономики, включающая в себя программу по обеспечению собственной продовольственной безопасности (National Food Security Strategy 2051). В рамках программы планируется масштабное развитие АПК на территории Эмиратов. Таким образом, ОАЭ стремится обезопасить себя от внешних шоков, так как в настоящее время большая часть продовольственной продукции в стране имеет импортное происхождение.

Рис. 6. Основные показатели эффективности государственного управления в ОАЭ



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

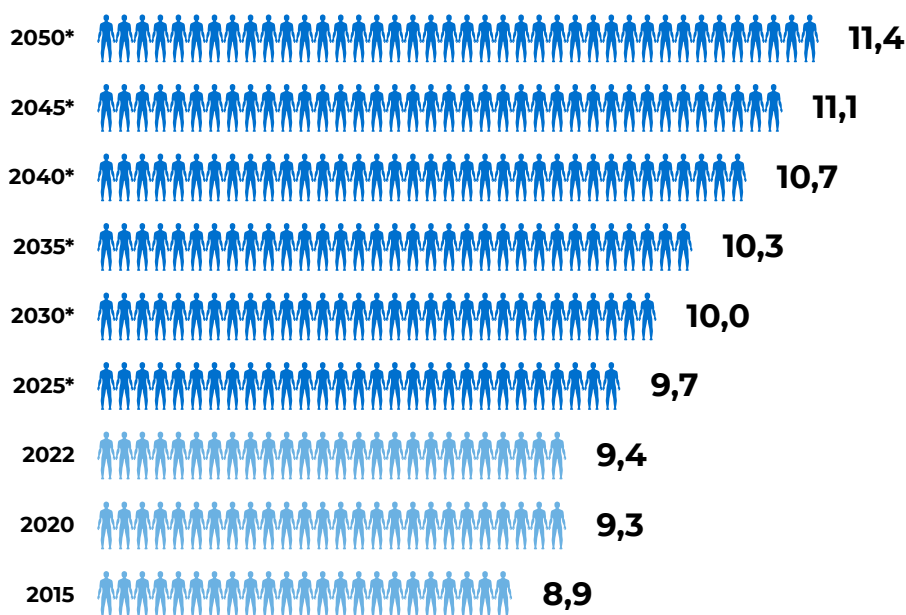
Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

1.3. Демографические тенденции

По состоянию на 2022 г. численность населения ОАЭ составила 9,4 млн человек. Граждане ОАЭ составляют около 11% от общей численности населения. Среднегодовой темп роста численности населения страны в 2015-2022 гг. составил 0,8% в год. Ожидается, что в 2022-2050 гг. средние темпы роста снизятся до 0,7% в год. Согласно прогнозам ООН, численность населения ОАЭ в 2050 г. составит 11,4 млн человек. Большая часть населения проживает в эмирате Дубай. Доля городского населения составляет 87,5%. Большая часть населения, около 76%, населения исповедует ислам.

По данным МОТ, численность трудоспособного населения страны в 2050 г. составит 8,5 млн человек, что на 1,3 млн превышает уровень 2022 г. Учитывая смягчение визовой политики, а также тот факт, что «Генеральный план развития Дубая до 2040 г.» предусматривает значительно больший рост численности населения чем по данным ООН, реальные показатели прироста населения могут оказаться выше прогнозируемых. Ожидается, что данная тенденция станет одним из факторов роста несырьевого сектора экономики на 3% ежегодно в среднесрочном периоде.

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



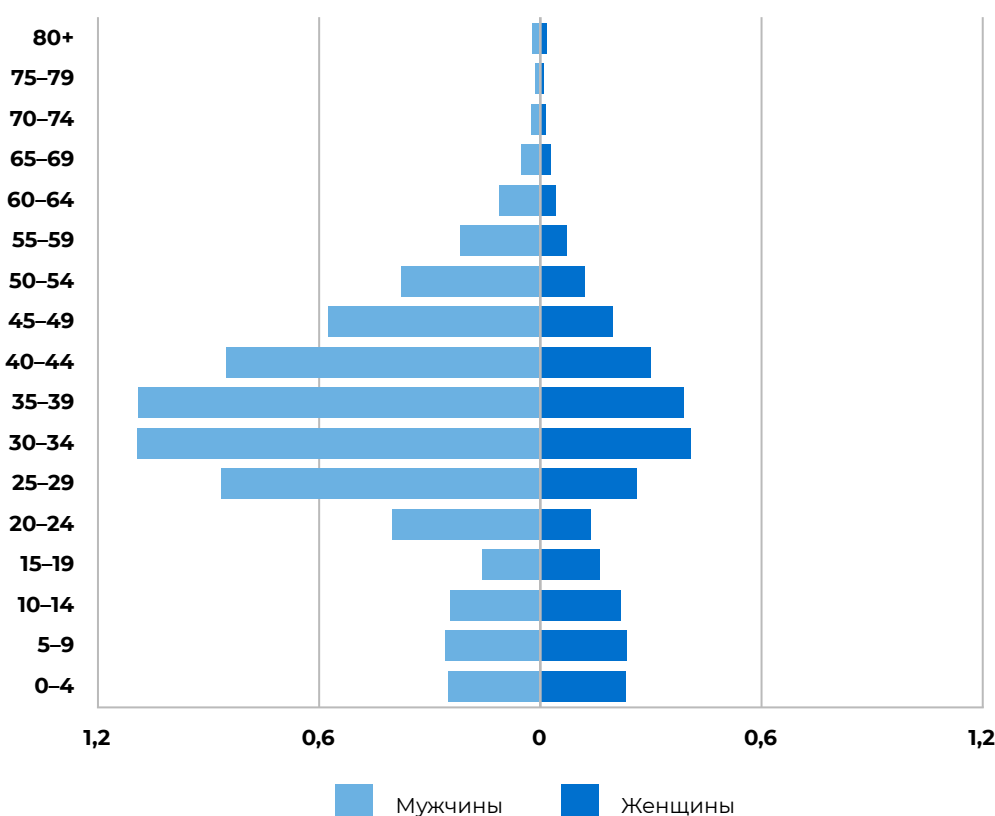
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

В составе населения ОАЭ наблюдается заметный гендерный дисбаланс в возрастной категории от 25 лет и старше: в 2022 г. в стране проживало на 3,7 млн больше мужчин, чем женщин. Причиной тому служит политика активного привлечения кадров: около 89% населения страны составляют трудовые мигранты

из стран юго-восточной Азии. Наибольшая доля приходится на граждан Индии (около 27,5% населения ОАЭ), Пакистана (около 12,7%), Бангладеш (около 7,4%) и Филиппин (около 5,6%) — в основном это низкоквалифицированные работники, занятые в строительной или газонефтяной отрасли. Экономика страны в значительной степени полагается на труд мигрантов, поскольку большая часть граждан ОАЭ занята в сфере услуг или государственном секторе.

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



Источник: ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Успех экономики ОАЭ основан на рациональном управлении доходами от продажи природных ресурсов. Будучи седьмой в мире страной по доходам на душу населения и одним из крупнейших потребителей предметов роскоши, ОАЭ являются привлекательным рынком для экспорта широкой номенклатуры пищевых продуктов.

Положительное влияние на экономику ОАЭ оказывают высокие цены на нефть, рост её добычи и восстановление сектора услуг, на котором, во многом, основа-

на экономика Дубая. Высокие цены на нефть означают высокий номинальный экспорт и большой профицит торгового баланса. Рост реального ВВП будет происходить за счёт увеличения потребительских расходов и инвестиций. В ближайшие два-три года прогнозируется период уверенного роста экономики ОАЭ. Однако опасения вызывают риски влияния общемирового экономического кризиса.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок ОАЭ

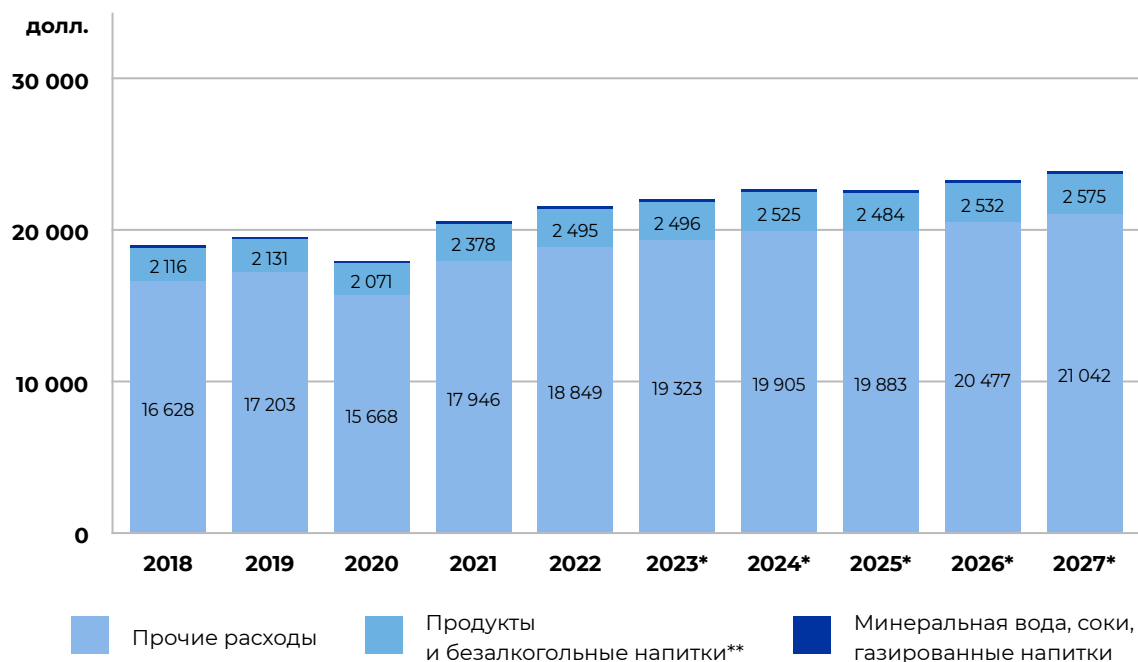
- стабильный рост доходов населения и высокий уровень осведомлённости потребителей формируют спрос на товары премиум-сегмента;
- большое количество иностранных рабочих и специалистов, проживающих на территории ОАЭ, обуславливает устойчивый спрос на импортную продукцию;
- потребители открыты к импортным продуктам питания и напиткам и следят за международными трендами. Продукция известных брендов положительно воспринимается и пользуется спросом;
- всё больше потребителей уделяют внимание здоровому питанию и следуют различным диетам;
- молодые потребители находятся в постоянном поиске новых вкусов и форматов, поэтому продукты и напитки с нестандартными вкусами и яркими упаковками пользуются повышенным спросом;
- интерес потребителей к блюдам разных кухонь и развитие гостинично-ресторанного сектора формируют дополнительный спрос на импортную продукцию;
- стабильное развитие сетей розничной торговли позволяет предлагать потребителям большой ассортимент продуктов питания и напитков, в том числе импортных;
- растёт спрос на органические продукты питания и напитки. Во многих точках розничной торговли им отводятся специальные отделы, где представлены фермерские продукты, товары со знаками есо и organic;
- введенный правительством страны в 2020 г. акциз на сахар и сахаросодержащие напитки обусловил повышение цен и снижение спроса на газированные напитки, а также переход потребителей на воду, в том числе газированную и минеральную как полезные для здоровья альтернативы газировке;
- сухой жаркий климат стимулирует более активное, чем в среднем по миру, потребление напитков, в том числе воды;

- в связи с трендом на экологичное развитие в стране растет спрос на продукты питания, при производстве и упаковке которых соблюдаются международные экологические стандарты (на рынке приветствуются бутылки из биоразлагаемых материалов и участие компаний в экологических проектах);
- существует тренд на локализацию: жители ОАЭ положительно воспринимают не только известные бренды импортной газированной и минеральной воды, но и аналогичную продукцию местных производителей, активно расширяющих свой ассортимент.

Расходы на конечное потребление

В 2022 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в ОАЭ увеличились на 4,9% и составили 2 689 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на минеральную воду, соки и газированные напитки в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 7,2% (194 долл. США/чел. в год. К 2027 г. ожидается увеличение расходов на конечное потребление в ОАЭ на душу населения до 2 782 долл. США, в том числе 207,0 долл. США придется на минеральную воду, соки и газированные напитки.

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



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *прогноз. **без учёта расходов на минеральную воду, соки и газированные напитки.

Обзор рынка



2



Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Большая часть воды в ОАЭ, в том числе питьевой, производится путем опреснения соленой морской воды, и, по данным правительства страны, 42% потребностей государства в питьевой воде обеспечивают около 70 крупных опреснительных станций, расположенных на побережье Персидского залива и использующих, в основном, энергоемкий метод дистилляции. ОАЭ производят около 14% всей опресненной воды в мире и занимают по этому показателю второе место после Саудовской Аравии, среди регионов ОАЭ по опреснению воды лидирует крупнейший эмират Абу-Даби. По различным данным, опреснительные станции страны производят от 6,4 до 7,5 млн кубометров воды в день или до 2,5 млрд кубометров воды в год. Большая часть пресной воды является технической, используется для ирригации городских ландшафтов и в сельском хозяйстве. Помимо этого, в нескольких эмиратах также имеются подземные источники и запасы грунтовых вод, однако вода в части из них соленая и поэтому также нуждается в опреснении.

Табл. 3. Баланс ресурсов бутилированной воды ОАЭ, 2018–2022 гг., тыс. тонн

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Ресурсы всего	3 001,6	2 845,7	2 340,7	2 399,0	2 472,4
Производство	2 840,2	2 696,2	2 212,7	2 261,8	2 303,1
Импорт	161,4	149,5	128,1	137,2	169,3
Использование всего	3 001,6	2 845,7	2 340,7	2 399,0	2 472,4
Внутреннее потребление	2 789,1	2 683,0	2 222,1	2 296,4	2 370,5
Экспорт	212,5	162,7	118,6	102,6	101,9

Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Без учета переходящих запасов. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Производство

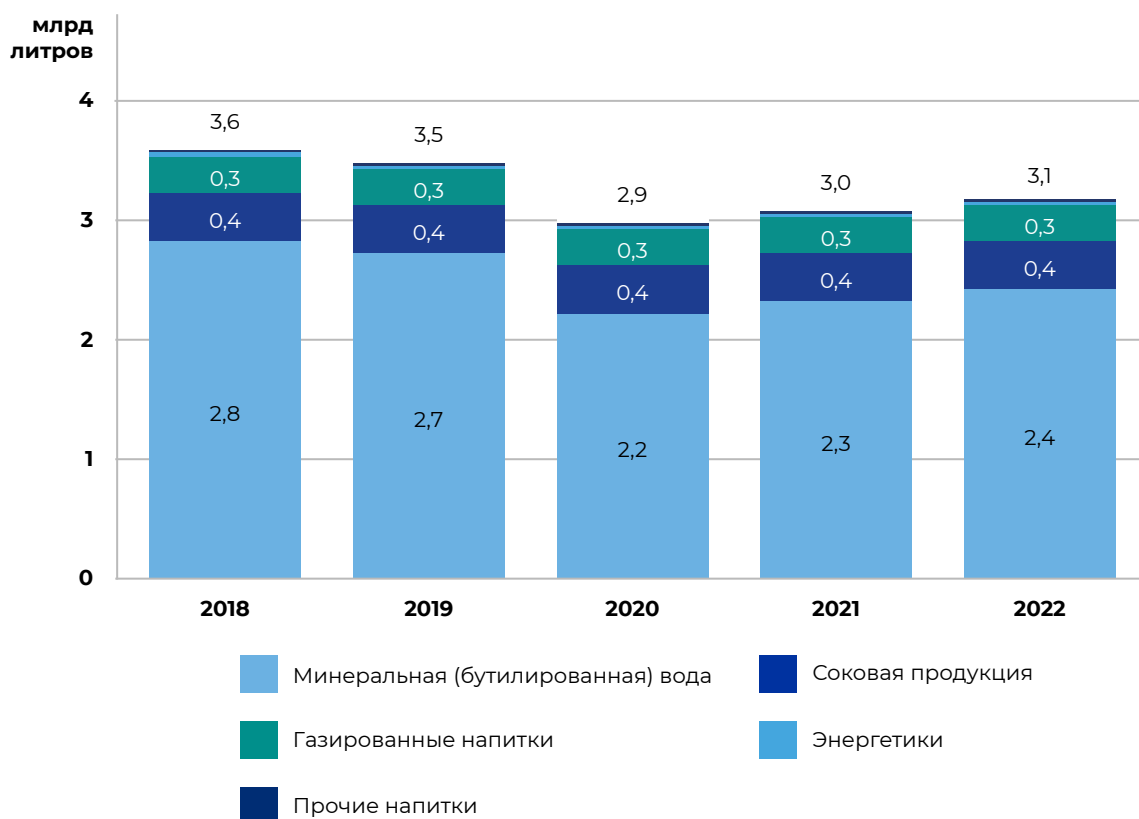
Объем внутреннего производства бутилированной воды ОАЭ в 2022 г. оценивался в 2,3 млрд литров, что на 1,8% выше уровня предыдущего года, однако на 18,9% ниже показателя 2018 г. Сокращение объемов производства воды в период пандемии COVID-19 объясняется снижением потребления из-за уменьшения численности работающих в ОАЭ мигрантов после введения карантинных ограничений. Основными центрами производства питьевой воды являются эмираты Дубай и Шарджа. Из-за природно-климатических особенностей в стране не добывается природная минеральная и родниковая вода, однако на рынке представлен широкий ассортимент импортной продукции: родниковая вода поставляется в основном из Турции, минеральная и газированная вода — из стран Европы.

Потребление

Бутилированная вода является наиболее востребованным видом продукции среди всех безалкогольных напитков в ОАЭ и по состоянию на 2022 г. занимает 76,5% всего объема потребления в натуральном выражении или около 2,4 млрд литров, что на 3,3% выше уровня 2021 г. Спрос на бутилированную воду постепенно восстанавливается после пандемии COVID-19: потребление данного вида продукции в натуральном выражении сократилось на 17,2% в 2020 г. и выросло на 6,7% за 2022 г.

Объем потребления бутилированной воды для кулеров, в упаковках объемом 19 и более литров по итогам 2022 г. оценивается в 821,1 млн литров, среднегодовые темпы роста в 2018-2022 гг. составляют 4,9% в год. Рынок воды для кулеров находится за рамками данного исследования.

Рис. 10. Структура потребления безалкогольных напитков ОАЭ по категориями в натуральном выражении, 2018–2022 гг., млрд литров



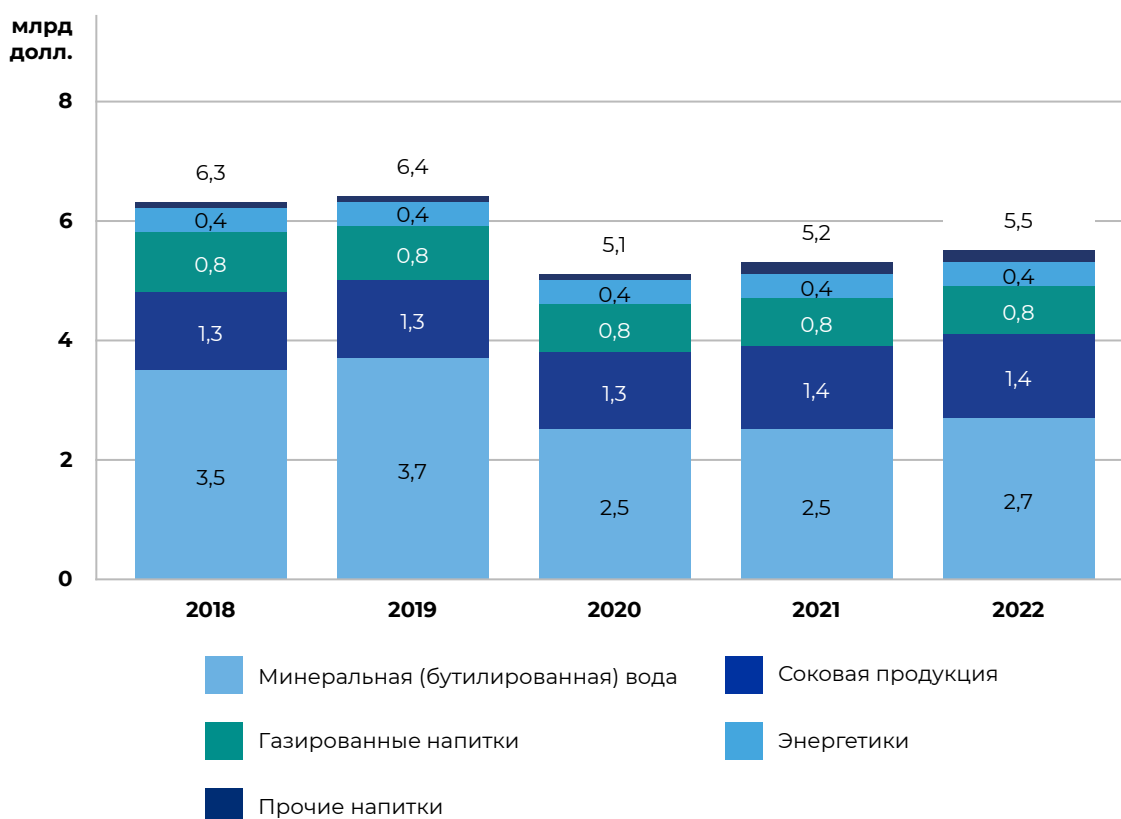
Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Потребление минеральной (бутилированной) воды ОАЭ в стоимостном выражении в 2022 г. превысило 2,7 млрд долл. США, что составило 48,9% от общего

объема потребления всех видов безалкогольных напитков. При этом рынок воды растет наиболее активно по сравнению с прочими безалкогольными напитками: за 2022 г. потребление бутилированной воды в стоимостном выражении выросло на 6,7% (или 169,1 млн долл. США); чая, кофе, спортивных напитков и концентратов — на 4,3%; соковой продукции — на 4,0%, газированных напитков — на 3,9%, энергетиков — на 2,0%.

Рис. 11. Структура потребления безалкогольных напитков ОАЭ по категориям в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млрд долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Основная часть бутилированной воды в ОАЭ потребляется в негазированной форме. В 2022 г. потребление негазированной очищенной воды составляло 97,0% объема, еще 0,9% приходилось на негазированную минеральную воду и 0,8% — на негазированную родниковую воду. На долю газированной воды приходилось 1,2% всего объема потребления, из которых 0,8% — газированная минеральная вода. Объемы потребления газированной воды, достигнув рекордных 37,0 млн литров в 2019 г., с началом пандемии COVID-19 сократились до 28,2 млн литров к 2021 г., после чего вновь начали демонстрировать рост. За 2022 гг. продажи газированной воды увеличились на 2,8% в натуральном выражении и составили около 29,0 млн литров.

Рис. 12. Структура потребления минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в натуральном выражении, 2018–2022 гг., млрд литров



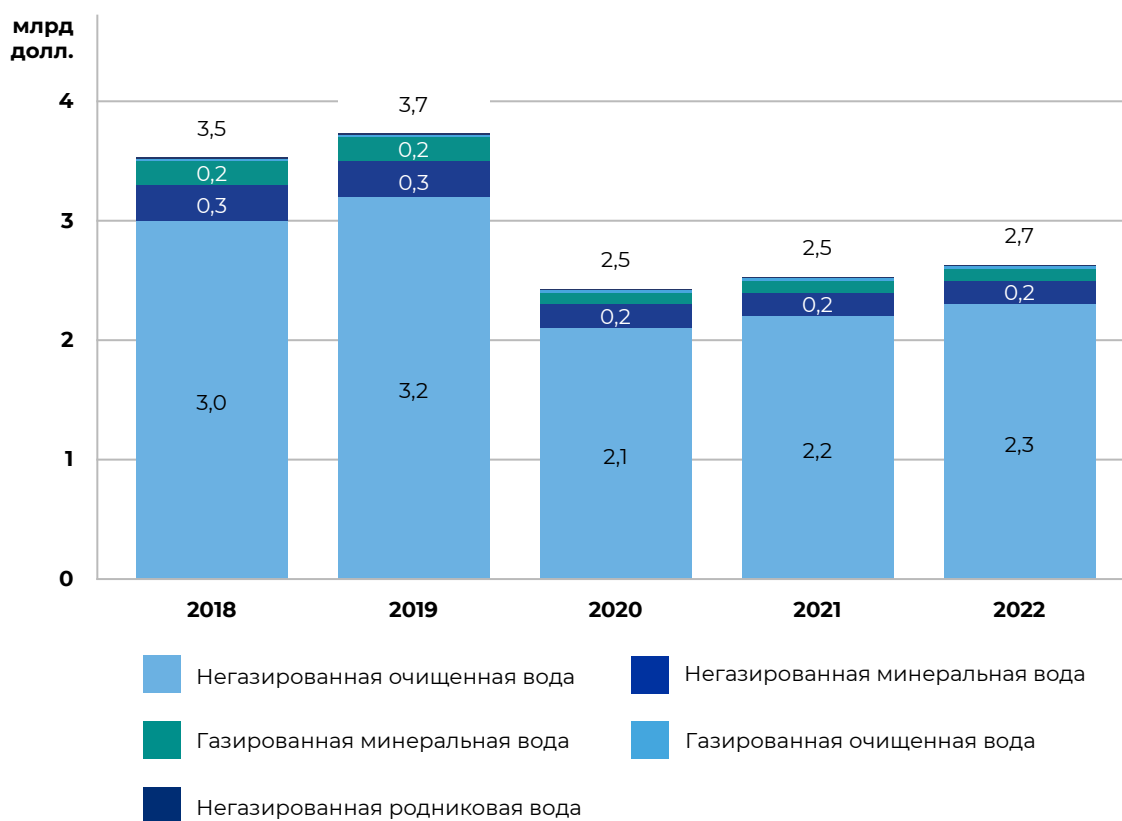
Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

В стоимостном выражении доля негазированной очищенной воды составляет 87,1% или более 2,3 млрд долл. США по результатам 2022 г. На втором месте в структуре потребления бутилированной воды ОАЭ находится негазированная минеральная вода с долей 7,3% (195,1 млн долл. США), негазированная родниковая вода занимает 0,4% (10,3 млн долл. США). Потребление газированной воды составляет 5,2% общего объема в стоимостном выражении, из них 88,1% приходится на газированную минеральную воду.



Рис. 13. Структура потребления минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млрд долл. США



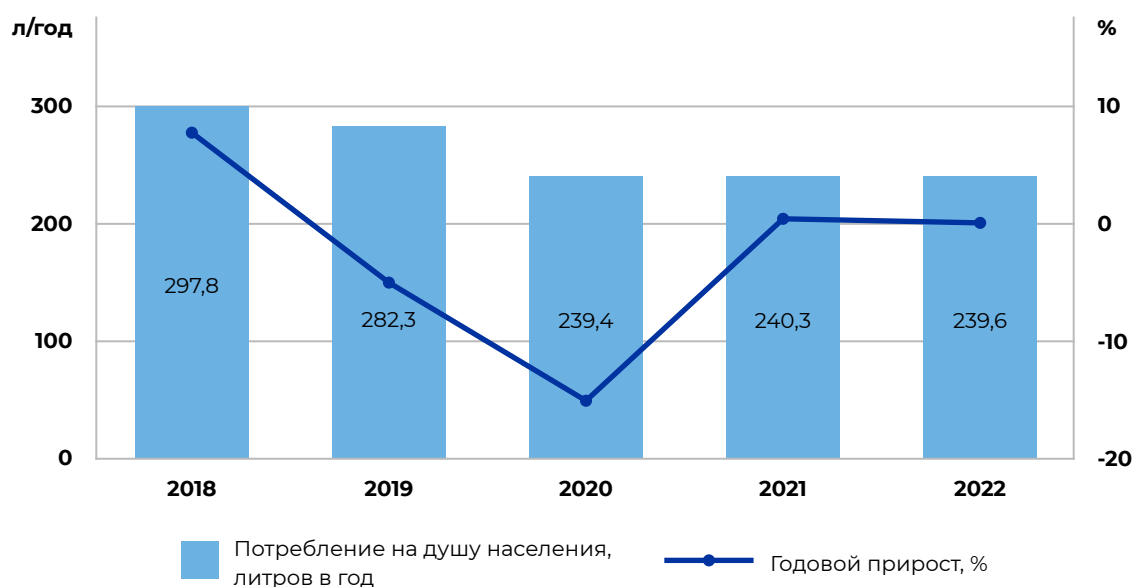
Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Потребление бутилированной воды на душу населения в ОАЭ по итогам 2022 г. находилось на уровне 239,6 литров на человека в год. В 2018-2022 гг. объем удельного потребления снижался в среднем на 5,3% в год.



Рис. 14. Потребление минеральной (бутилированной) воды на душу населения, 2018-2022 гг.

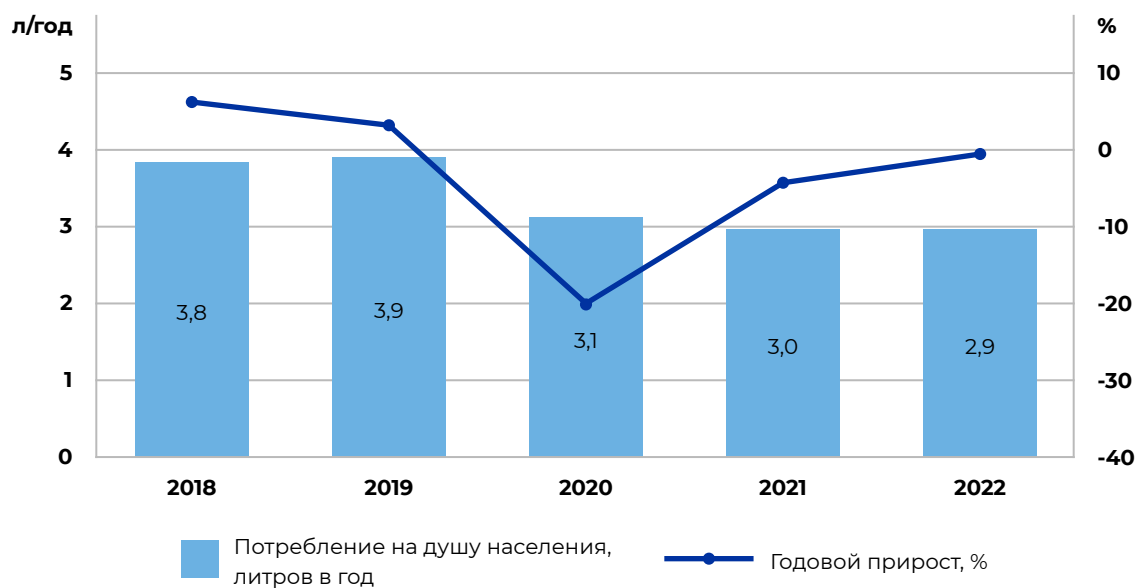


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Потребление газированной воды на душу населения в ОАЭ в 2022 г. составило 2,9 л/чел, что на 24,7% ниже рекордного уровня 2019 г. и обусловлено нарушением логистических цепочек из-за пандемии.

Рис. 15. Потребление газированной воды на душу населения, 2018-2022 гг.



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

В 2022 г. потребление газированной воды в ОАЭ увеличилось по отношению к 2021 г. на 2,8% (или порядка 800 тыс. литров). В 2018-2022 гг. объемы потребления снижались в среднем на 4,9% ежегодно. В структуре потребления газированной воды 65,2% занимает газированная минеральная вода, однако ее доля ниже уровня 2018 г. (72,1%), поскольку в период пандемии потребление именно газированной минеральной воды сократилось наиболее значительно. В то же время объемы продаж очищенной газированной воды в последние годы остаются стабильными и составляют около 9,9–10,5 млн литров в год.

Рис. 16. Структура потребления газированной воды ОАЭ по видам в натуральном выражении, 2018-2022 гг., млн литров



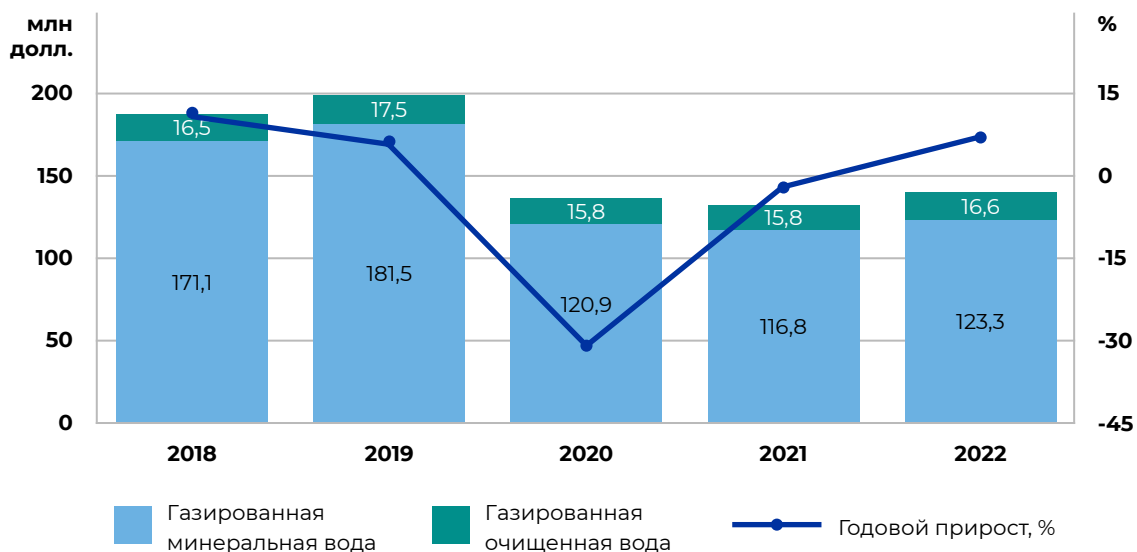
Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Объем рынка газированной воды ОАЭ в стоимостном выражении в 2022 г. оценивался в 139,9 млн долл. США, что на 5,5% выше уровня предыдущего года. Наибольшее снижение зафиксировано по итогам 2020 г., когда объемы продаж упали на 31,4% (62,3 млн долл. США) по отношению к 2019 г. При этом продажи газированной очищенной воды в 2022 г. превысили показатели допандемийного 2018 г., в то время как продажи газированной минеральной воды не восстановилось и по-прежнему на 27,9% ниже уровня 2018 г.



Рис. 17. Структура потребления газированной воды ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2018-2022 гг., млн долл. США

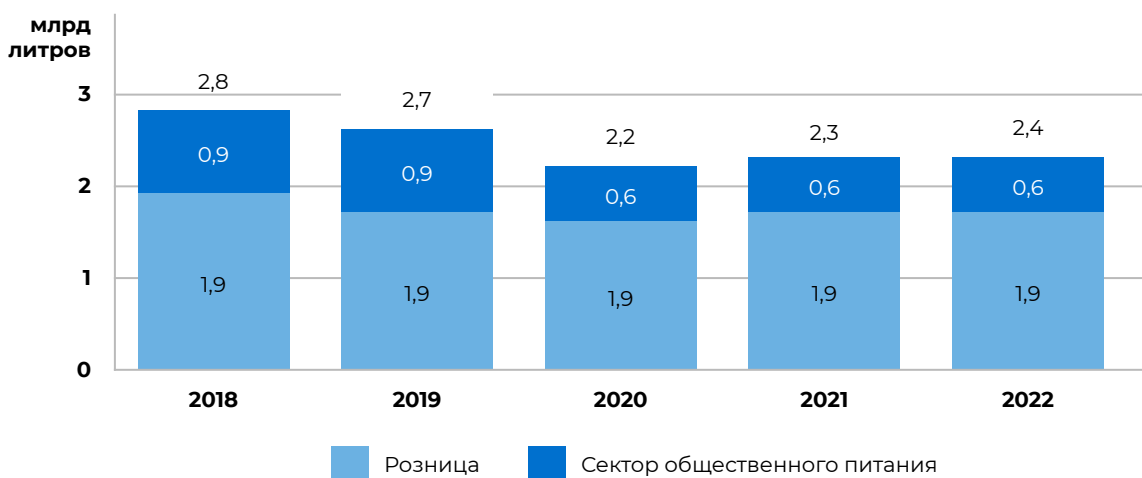


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Бутилированная вода в ОАЭ реализуется, в основном, в сегменте розничной торговли, на который в 2022 г. пришлось 73,3% общего объема продаж в натуральном выражении или более 1,7 млрд литров. Потребление в секторе общественного питания, на 37,0% сократившееся в 2020 г. из-за карантинных ограничений, с 2021 г. постепенно восстанавливается и в 2022 г. составило 632,4 млн литров, что на 3,5% выше, чем годом ранее.

Рис. 18. Структура потребления бутилированной воды ОАЭ по каналам сбыта в натуральном выражении, 2018–2022 гг., млрд литров

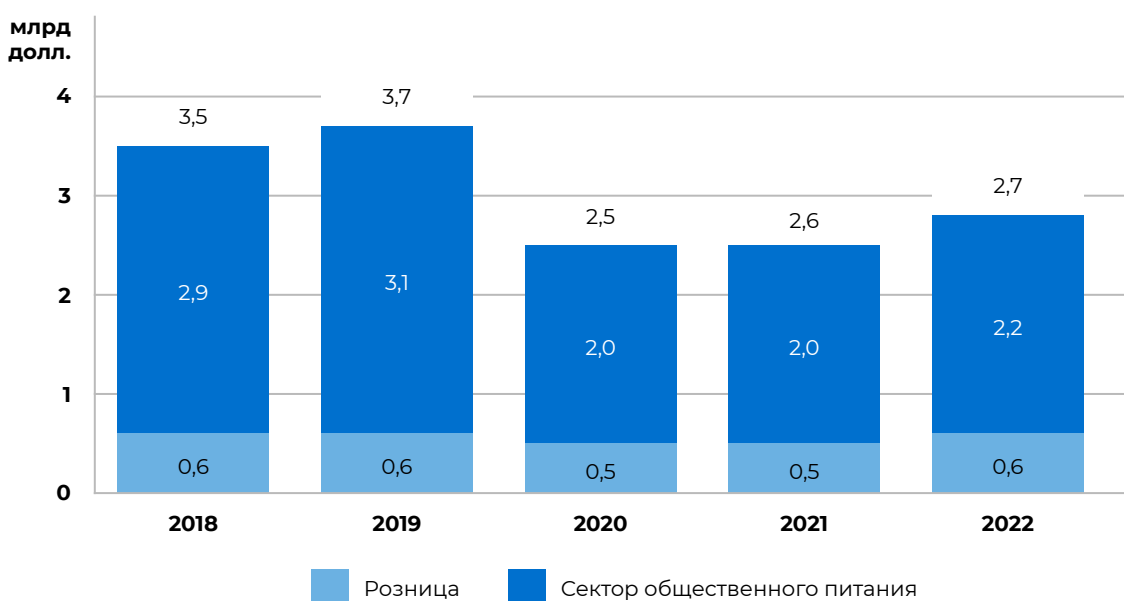


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

В стоимостном выражении преобладает потребление бутилированной воды в секторе общественного питания, по итогам 2022 г. составившее 79,3% общего объема. До пандемии COVID-19 продажи через этот канал сбыта превышали 3,1 млрд долл. США и составляли 85,1% всего объема, однако объем розничных продаж данного вида продукции в стоимостном выражении в 2020–2022 гг. не продемонстрировал заметного роста, в связи с чем потребление воды в кафе, барах, ресторанах, гостиницах и т.д. остается преобладающим.

Рис. 19. Структура потребления бутилированной воды ОАЭ по каналам сбыта в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млрд долл. США

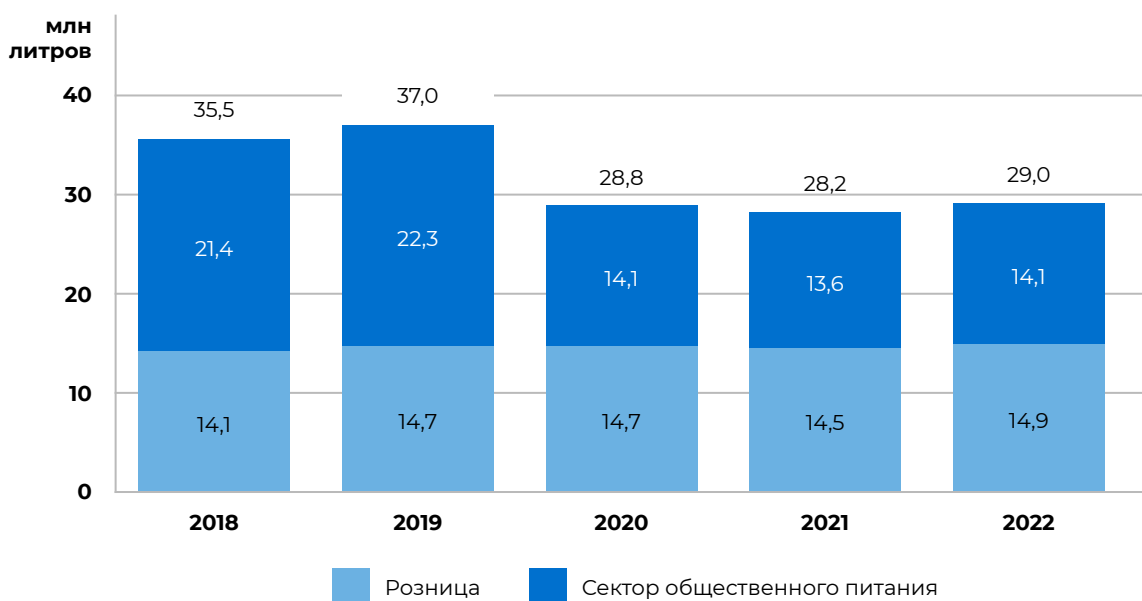


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Основная часть потребления газированной воды приходится на розничную торговлю. В 2022 г. доля этого канала составила 51,4% общего объема в натуральном выражении. При этом объемы розничных продаж газированной воды в период пандемии оставались стабильными и в 2022 г. на 5,7% превысили допандемийные показатели. В то же время продажи в секторе общественного питания, на который ранее приходился основной объем потребления, серьезно сократились и в 2022 г. оставались на 36,8% ниже уровня 2019 г.

Рис. 20. Структура потребления газированной воды ОАЭ по каналам сбыта в натуральном выражении, 2018–2022 гг., млн литров



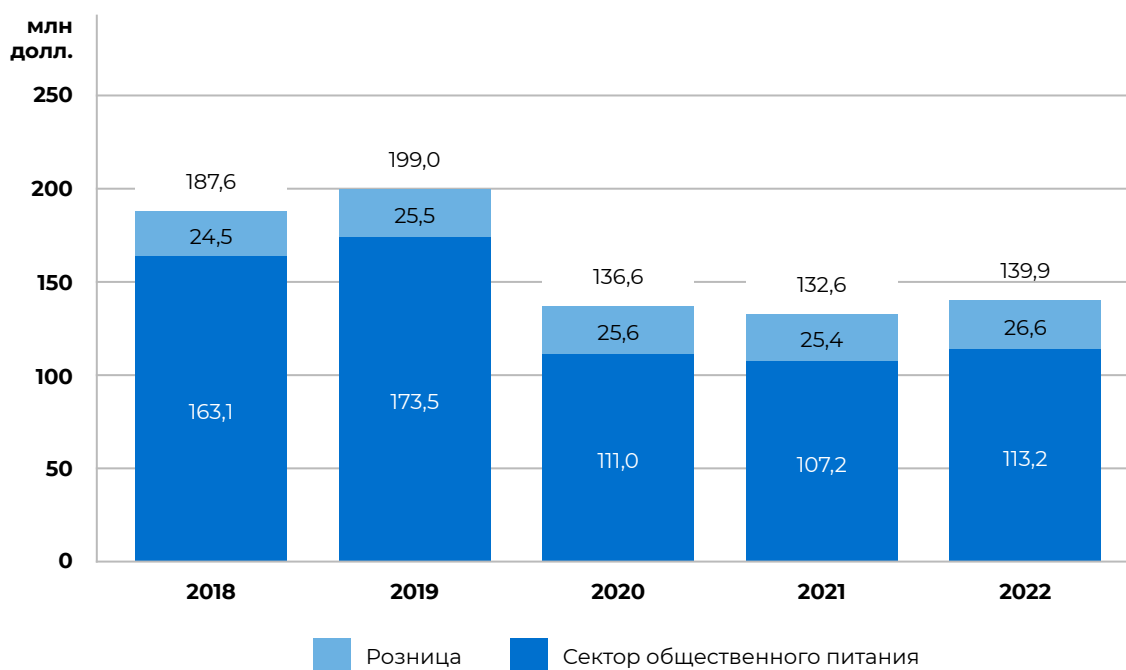
Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

В стоимостном выражении доля сектора общественного питания в структуре потребления газированной воды по итогам 2022 г. составила 80,9% общего объема. По причине карантинных ограничений в связи с пандемией COVID-19 в 2020 г. продажи через этот канал сбыта уменьшились на 36,0%. Тем не менее продажи газированной воды в секторе общественного питания по-прежнему в 4,3 раза превышает объем розничных продаж данной продукции, в 2022 г. составивший 26,6 млн долл. США. Вместе с тем, розничные продажи газированной воды в 2018–2022 гг. демонстрировали устойчивый рост в среднем на 2,1% ежегодно, несмотря на пандемию.



Рис. 21. Структура потребления газированной воды ОАЭ по каналам сбыта в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

Экспорт и Импорт

Экспорт

Вследствие постепенного снижения объемов внутреннего производства, достигшего минимального уровня в период пандемии COVID-19, в последние годы ОАЭ перешли из числа стран нетто-экспортеров в разряд нетто-импортеров бутилированной воды: в 2020 г. объемы импорта данной продукции в натуральном выражении превышали объемы экспорта на 8,0%, в 2021 г. — на 33,8%, в 2022 г. — на 66,2%.

В 2022 г. экспорт бутилированной воды ОАЭ составил 101,9 тыс. тонн (млн литров) на сумму 24,4 млн долл. США, что на 0,7% ниже уровня 2021 г. в натуральном выражении и на 3,5% выше в стоимостном. Основными покупателями бутилированной воды ОАЭ являются соседние Оман, Бахрейн и Саудовская Аравия, на долю которых в 2022 г. в натуральном выражении приходилось 71,1%, 10,0% и 6,1% всего объема экспорта соответственно. Пик экспортных поставок бутилированной воды ОАЭ в стоимостном выражении пришелся на 2016 г., в натуральном выражении — на 2017 г., после чего объемы экспорта начали постепенно снижаться до уровня 101,9 тыс. тонн на сумму 24,4 млн долл. в 2022 г., что ниже рекордных значений 2016–2017 гг. на 54,9% в натуральном и на 42,8% в стоимостном выражении.

Рис. 22. Экспорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.

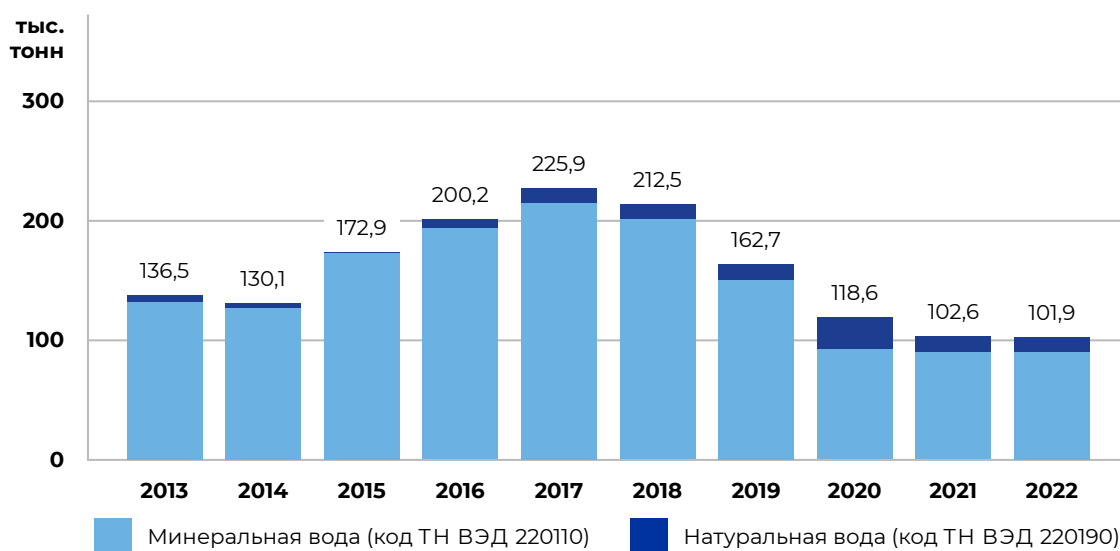


Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

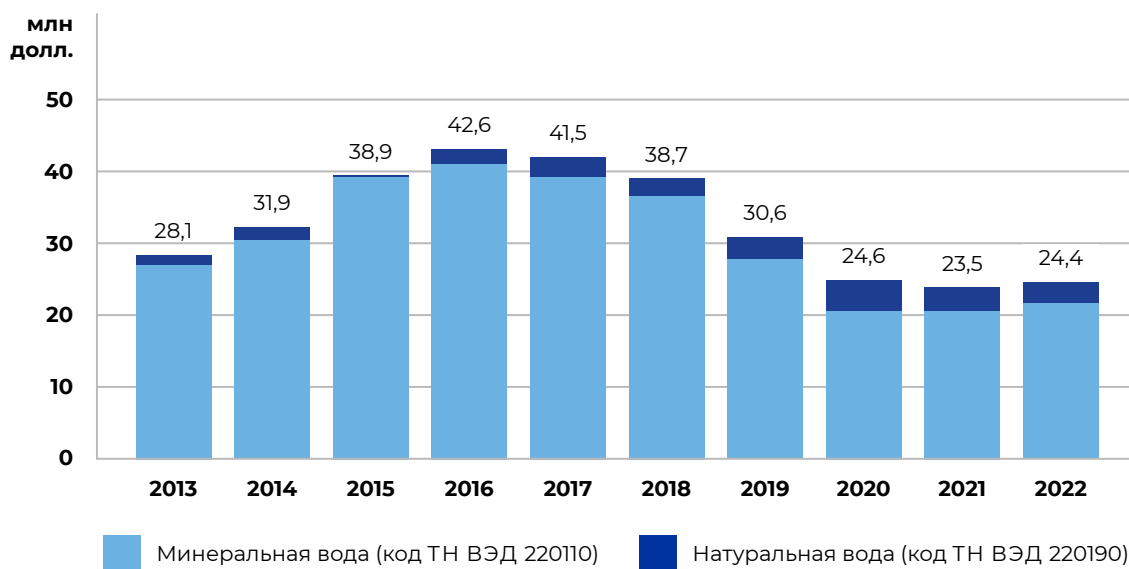
В структуре экспорта бутилированной воды ОАЭ преобладает минеральная вода (код ТН ВЭД 220110), с долей 87,6% в общем объеме экспорта в натуральном выражении по итогам 2022 г. Основным покупателем минеральной воды ОАЭ выступают Оман и Саудовская Аравия, на долю которых в 2022 г. приходилось 57,4% и 22,0% общего объема экспорта минеральной воды ОАЭ соответственно. Натуральная вода (код ТН ВЭД 220190) из ОАЭ поставляется, в основном, в Бахрейн (39,7%) и Оман (27,6%).

Рис. 23. Структура экспорта минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade
Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Рис. 24. Структура экспорта минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

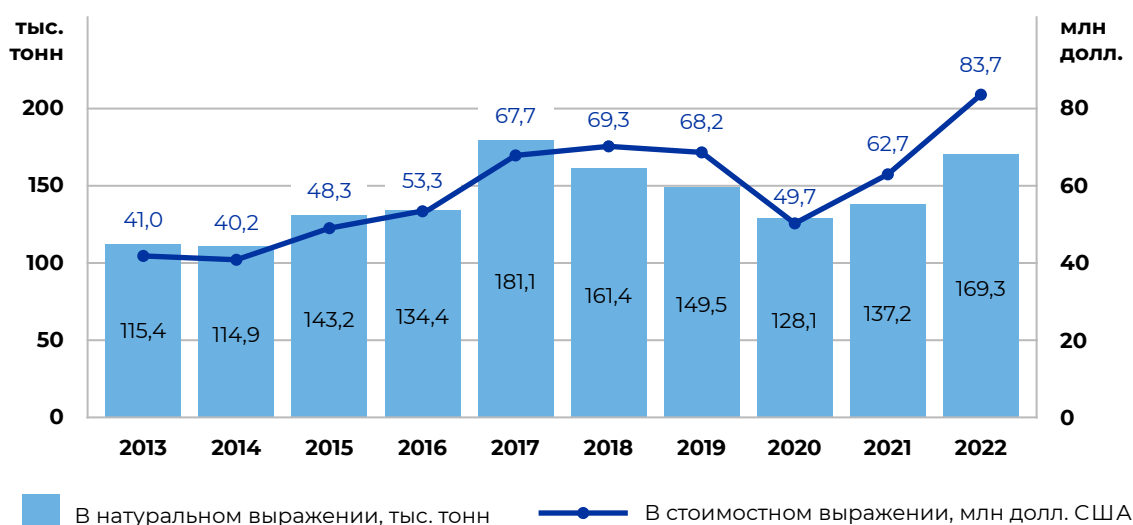


Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade
Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Импорт

В 2022 г. импорт бутилированной воды ОАЭ составил 169,3 тыс. тонн на рекордную сумму 83,7 млн долл. США, что выше уровня 2021 г. на 23,4% в натуральном и на 33,5% в стоимостном выражении. Импорт данного вида продукции постепенно снижался в натуральном выражении с 2018 г. и в стоимостном с 2019 г., достигнув наименьших за 5 лет значений в 2020 г. В 2021 г. поставки увеличились на 7,1% в натуральном и на 26,2% стоимостном выражении. В 2022 г. рост ускорился в натуральном выражении до 23,4%, в стоимостном — до 33,5%.

Рис. 25. Импорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.

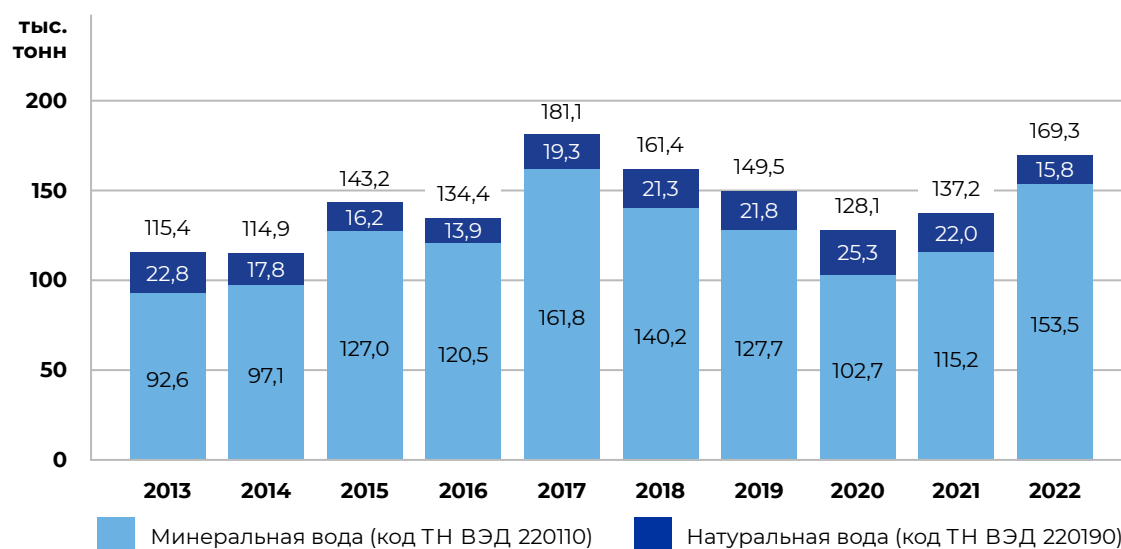


Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

В структуре импорта бутилированной воды ОАЭ преобладает минеральная вода (код ТН ВЭД 220110), на долю которой по результатам 2022 г. приходилось 90,7% в натуральном и 92,7% в стоимостном выражении. Среднегодовые темпы роста объемов импорта минеральной воды в 2013-2022 гг. составляют 5,8% в натуральном выражении и 9,4% в стоимостном. Импорт натуральной воды (код ТН ВЭД 220190) в аналогичный период снижался в среднем на 4,0% ежегодно, и наиболее резкое сокращение закупок наблюдалось после окончания острой фазы пандемии COVID-19 — в 2022 г. ОАЭ импортировали натуральной воды на 37,6% меньше в натуральном и на 39,3% меньше в стоимостном выражении, чем в 2020 г.

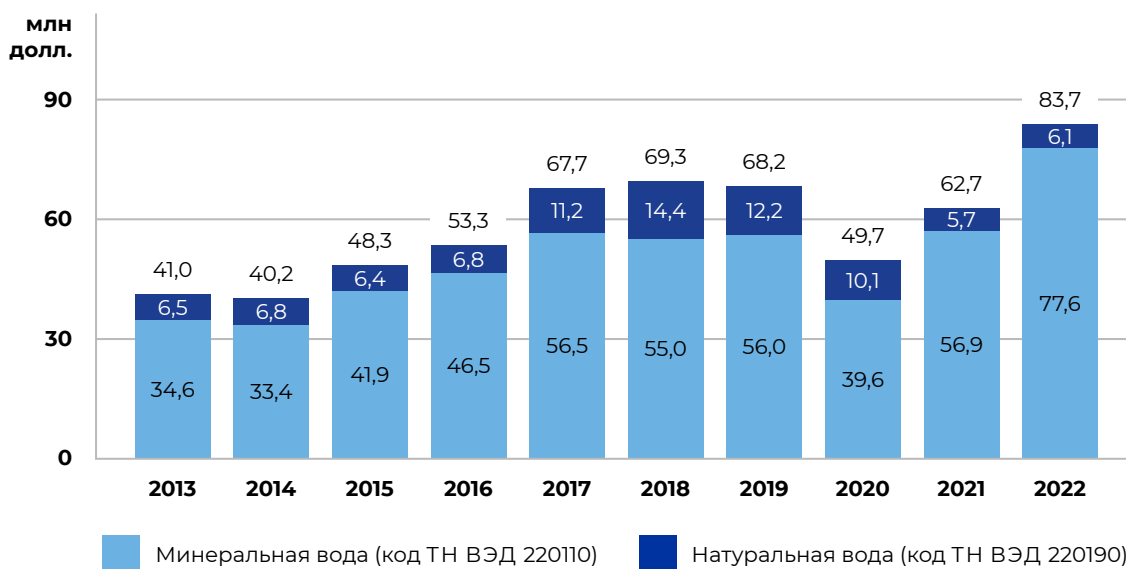
Рис. 26. Структура импорта минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Рис. 27. Структура импорта минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Основными поставщиками бутилированной воды ОАЭ являются Франция, Оман и Италия, доля которых в 2022 г. в натуральном выражении составляла 23,7%, 22,3% и 21,5% соответственно. Также крупным поставщиком является Турция с долей 15,1%. За 2022 г. ОАЭ заметно нарастила импорт из Франции (на 61,4% в натуральном выражении или 15,3 тыс. тонн) и Италии (на 36,4% или 9,7 тыс. тонн). При этом существенно (на 11,7% или 3,4 тыс. тонн) сократились закупки воды из Турции. В 2018-2022 гг. активнее других наращивала экспорт Италия, в 2022 г. поставившая в ОАЭ на 77,3% больше воды, чем в 2018 г.

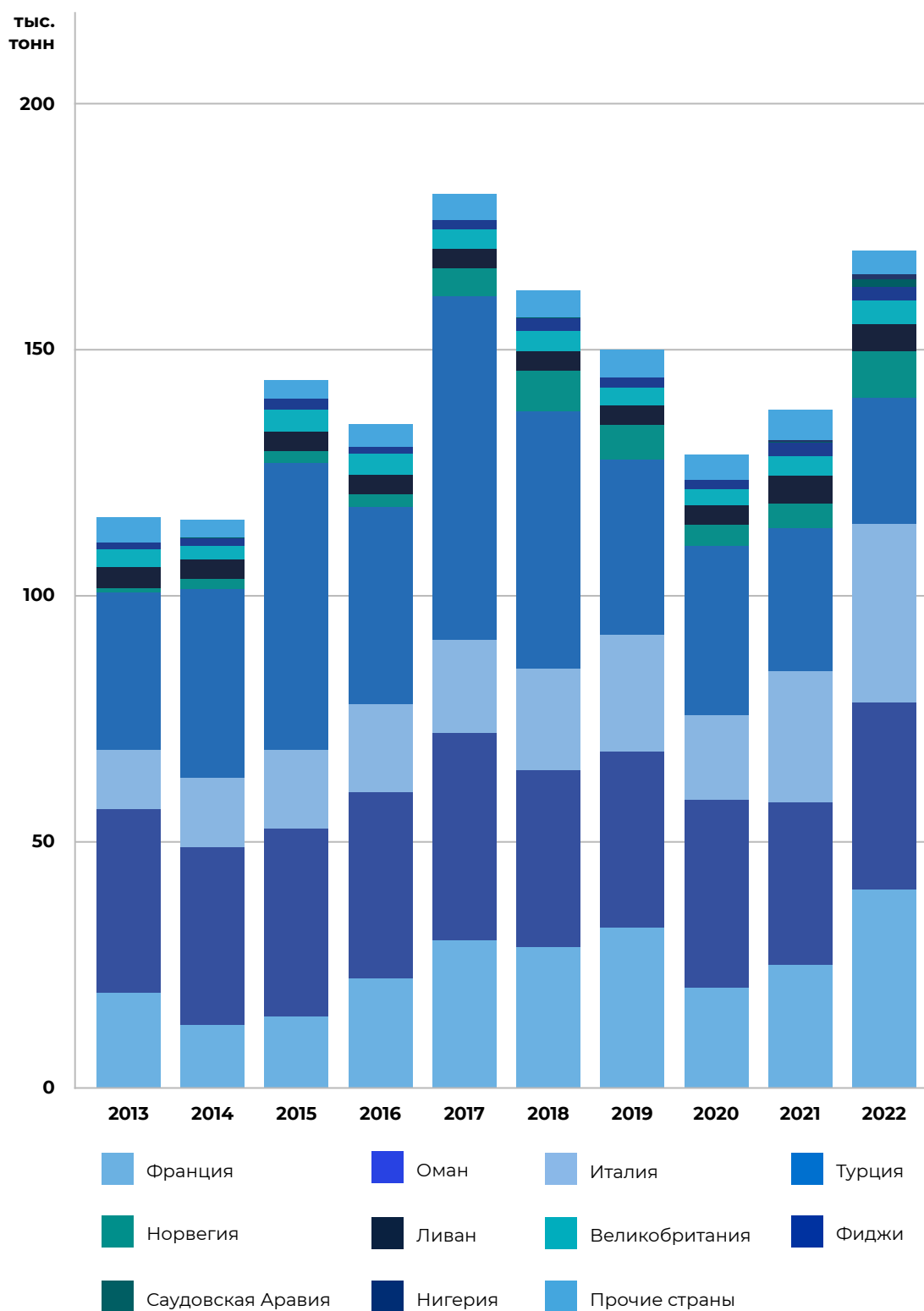
Табл. 4. Импорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022 г., %
1	Франция	19,2	12,8	14,5	22,1	29,9	28,5	32,5	20,3	24,9	40,2	23,7
2	Оман	37,3	35,8	37,9	37,8	41,9	35,8	35,5	37,9	32,8	37,7	22,3
3	Италия	11,9	14,1	16,1	17,8	18,8	20,5	23,7	17,2	26,6	36,3	21,5
4	Турция	31,8	38,3	58,0	39,8	69,6	52,1	35,4	34,2	28,9	25,5	15,1
5	Норвегия	1,0	1,9	2,3	2,7	5,6	8,2	7,1	4,4	5,1	9,3	5,5
6	Ливан	4,2	4,1	4,1	3,9	4,1	4,0	3,9	3,8	5,5	5,5	3,2
7	Великобритания	3,5	2,6	4,4	4,2	3,9	4,1	3,6	3,3	4,0	4,8	2,8
8	Фиджи	1,4	1,7	2,1	1,4	1,8	2,6	2,0	1,9	2,8	2,9	1,7
9	Саудовская Аравия	0,02	0,01	0,05	0,01	0,002	0,002	0,004	—	0,1	1,5	0,9
10	Нигерия	—	—	—	—	—	0,02	0,01	0,1	0,4	0,9	0,5
	Прочие страны	5,2	3,6	3,8	4,6	5,4	5,6	5,8	5,1	6,1	4,8	2,8
	Итого	115,4	114,9	143,2	134,4	181,1	161,4	149,5	128,1	137,2	169,3	100

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 2201.

Рис. 28. Импорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

В стоимостном выражении в структуре импорта бутилированной воды ОАЭ в 2022 г. лидирует Франция, поставившая 41,3% общего объема на сумму 34,5 млн долл. США. Поставки из Италии составляют 25,2%, из Норвегии — 10,4%, из Турции и Фиджи — 6,7% и 4,3% соответственно. Всего на топ-5 экспортеров приходится 87,9% импорта бутилированной воды ОАЭ в стоимостном выражении, на 10 основных поставщиков — 96,4%. В 2022 г. значительно увеличились поставки из Норвегии (на 88,6% или 4,1 млн долл. США) и Франции (на 53,4% или 12,0 млн долл. США), в то время как поставки из Турции сократились на 4,3% или 252,6 тыс. долл. США. За период 2018–2022 гг. наилучший результат показала вода из Фиджи, импорт которой вырос на 72,1% в стоимостном выражении.

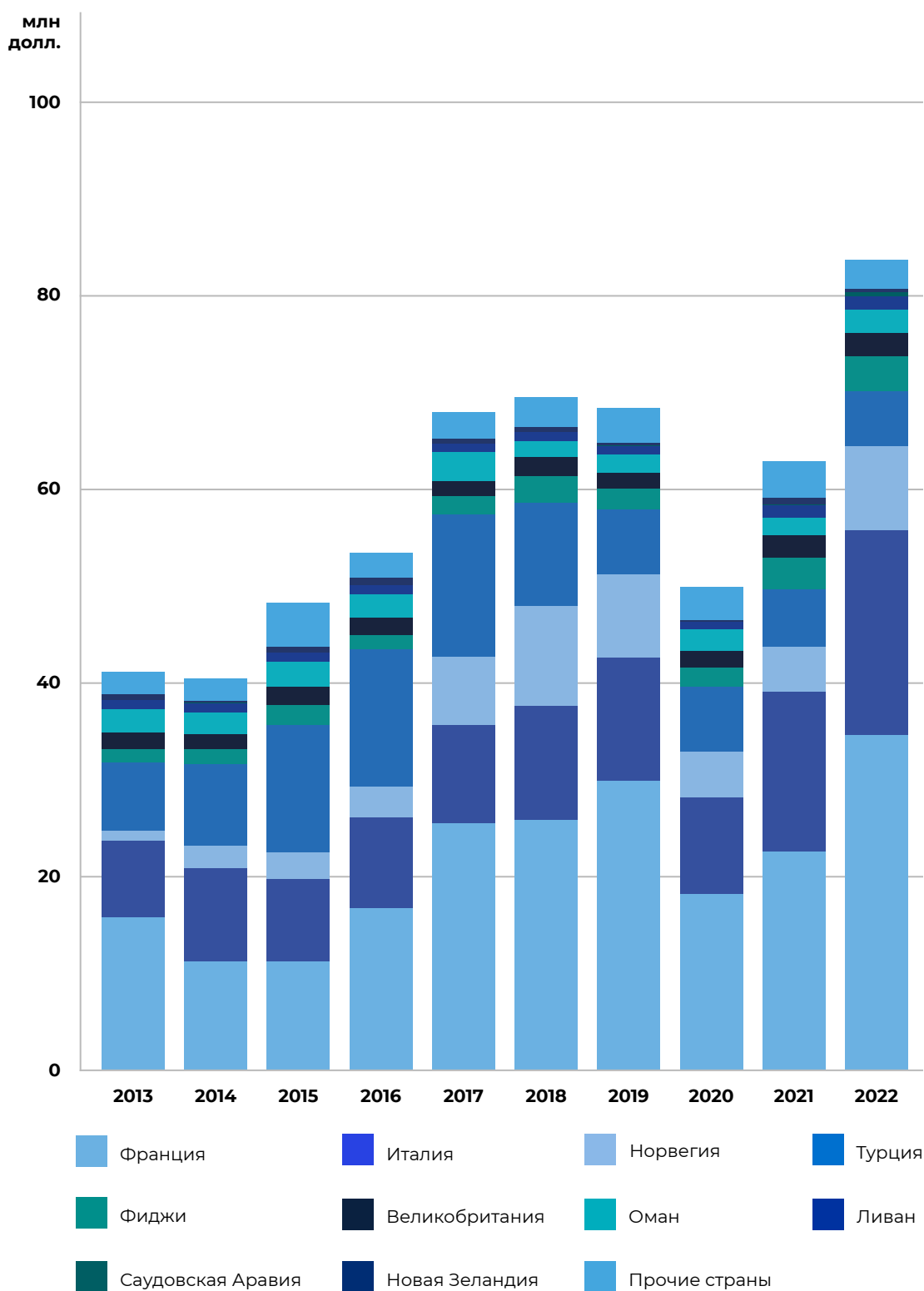
Табл. 5. Импорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022 г., %
1	Франция	15,7	11,2	11,2	16,7	25,4	25,8	29,8	18,1	22,5	34,5	41,3
2	Италия	7,9	9,6	8,5	9,3	10,2	11,7	12,7	10,0	16,5	21,1	25,2
3	Норвегия	1,1	2,3	2,7	3,2	7,0	10,3	8,5	4,7	4,6	8,7	10,4
4	Турция	7,0	8,4	13,2	14,1	14,6	10,6	6,7	6,7	5,9	5,6	6,7
5	Фиджи	1,3	1,6	2,0	1,5	1,9	2,8	2,2	1,9	3,3	3,6	4,3
6	Великобритания	1,8	1,5	1,9	1,8	1,6	1,9	1,6	1,8	2,3	2,4	2,9
7	Оман	2,4	2,2	2,5	2,4	3,0	1,7	1,9	2,2	1,8	2,4	2,9
8	Ливан	0,9	1,0	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8	1,3	1,4	1,7
9	Саудовская Аравия	0,02	0,02	0,01	0,01	0,004	0,003	0,01	—	0,01	0,4	0,5
10	Новая Зеландия	0,6	0,2	0,6	0,8	0,5	0,5	0,3	0,1	0,7	0,4	0,4
	Прочие страны	2,3	2,3	4,5	2,6	2,8	3,1	3,6	3,5	3,8	3,0	3,6
	Итого	41,0	40,2	48,3	53,3	67,7	69,3	68,2	49,7	62,7	83,7	100

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 2201.

Рис. 29. Импорт минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Франция и Италия поставляют в ОАЭ практически исключительно минеральную воду. В структуре поставок воды из Омана на минеральную воду в 2022 г. приходилось 87,2% в натуральном выражении и 78,6% в стоимостном. Основными поставщиками натуральной воды стала Норвегия, в 2022 г. экспортировавшая в ОАЭ 3,1 тыс. тонн данного вида продукции на сумму 2,9 млн долл. США, и Турция, поставившая 5,1 тыс. тонн натуральной воды на 1,3 млн долл. США.

В 2022 г. средняя импортная цена на бутилированную воду ОАЭ составила 494 долл. США за тонну. По отношению к уровню 2021 г. средняя цена выросла на 8,2% и с 2013 г. увеличивается в среднем на 3,7% ежегодно. Средняя цена на минеральную воду достигла уровня 505 долл. США за тонну, на натуральную воду — 387 долл. США за тонну.

Самые высокие цены в 2022 г. зафиксированы на поставки из Фиджи — 1 245 долл. США за тонну, что в 2,5 раза выше среднего уровня. Наиболее популярным в ОАЭ брендом минеральной воды из Фиджи является одноименный Fiji. Также стабильно высокие цены на поставки из Новой Зеландии — в 2,3 раза выше средней цены. Фиджи и Новая Зеландия поставляют только минеральную воду. Импортные цены на бутилированную воду из Норвегии по итогам 2022 г. на 89,3% выше среднего уровня, при этом цена на норвежскую натуральную воду составила 949 долл. США за тонну против 929 долл. США за тонну норвежской минеральной воды. Наиболее низкие цены в 2022 г. отмечались на поставки бутилированной воды из Омана (58 долл. США за тонну минеральной воды, 107 долл. США за тонну натуральной воды), а также Турции и Ливана, экспортирующих, в основном, негазированную воду нижнего и среднего ценовых сегментов.

Табл. 6. Средняя импортная цена на минеральную (бутилированную) воду ОАЭ по странам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортеры	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены 2022, %
Средняя цена	356	350	337	397	374	430	456	388	457	494	—
Фиджи	948	984	996	1 032	1 046	1 075	1 056	987	1 173	1 245	в 2,5 раза
Новая Зеландия	1 029	1 297	1 443	1 516	1 387	1 256	1 207	1 267	1 240	1 124	в 2,3 раза
Норвегия	1 089	1 211	1 180	1 190	1 239	1 258	1 200	1 067	906	935	89,3
Франция	821	869	772	753	847	904	915	895	904	859	73,9
Италия	660	682	530	521	540	570	537	580	621	580	17,4
Великобритания	512	558	444	441	414	458	441	542	566	514	4,0
Саудовская Аравия	652	2 375	157	1 833	2 000	1 500	1 250	—	92	293	-40,7
Ливан	221	238	235	232	209	220	224	202	234	264	-46,6

Продолжение табл. 6.

Экспортеры	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены 2022, %
Турция	220	220	228	354	209	204	190	196	203	220	-55,4
Оман	65	62	66	64	73	48	54	57	56	64	-87,1

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2201.

Табл. 7. Основные страны-экспортеры минеральной (бутилированной) воды в ОАЭ в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Франция	41,3	<ul style="list-style-type: none"> Франция является ведущим мировым экспортером минеральной воды. В 2022 г. объем экспорта минеральной воды Франции составил 793,4 млн долл. США; Французские бренды минеральной воды из альпийских источников Evian и Perrier популярны благодаря пользе для здоровья и являются основными в поставках бутилированной воды в ОАЭ.
2	Италия	25,2	<ul style="list-style-type: none"> Второй после Франции мировой экспортер минеральной воды. В 2022 г. объем экспорт минеральной воды Италии составил 688,1 млн долл. США. Итальянские бренды минеральной воды, в первую очередь, из альпийских источников, широко известны во всем мире. В ОАЭ наиболее популярны бренды S Pellegrino и Acqua Panna.
3	Норвегия	10,4	<ul style="list-style-type: none"> Норвегия входит в топ-15 мировых экспортеров бутилированной воды и является крупнейшим поставщиком данной продукции среди стран Северной Европы благодаря наличию обильных горных источников в южной части страны. В 2022 г. объем экспорта минеральной воды Норвегии составил 16,1 млн долл. США. Страна поставляет на мировой рынок, в основном, натуральную воду, однако ОАЭ из Норвегии импортирует, по большей части, газированную и минеральную воду; К известным норвежским брендам минеральной воды относятся Voss, Farris, Fjord, Isklar и Ganicwater.

Продолжение табл. 7.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	Турция	6,7	<ul style="list-style-type: none"> По территории Турции протекает большое количество горных рек, вода которых богата минеральными веществами, благодаря чему страна является крупным региональным производителем и поставщиком воды (экспорт минеральной воды в 2022 г. составил 20,4 млн долл. США). Крупнейший турецкий (и один из крупнейших среди брендов воды, принадлежащих Nestlé) бренд минеральной воды Erikli выделяется за счет использования родниковой воды, добываемой на вулканической вершине Улудаг, также известной как Малый Олимп. Среди турецких брендов в ОАЭ спросом пользуются также минеральная вода Hamidiye и принадлежащая Danone Sirma.
5	Фиджи	4,3	<ul style="list-style-type: none"> Несмотря на крошечные размеры этого островного государства, оно является четвертым по величине экспортером минеральной воды в мире. Бутилированная вода является основной статьёй экспорта продукции АПК этого государства, в 2022 г. объем экспорта минеральной воды Фиджи составил 165,3 млн долл. США. Наиболее известные бренды минеральной воды Фиджи — Fiji и Savu.

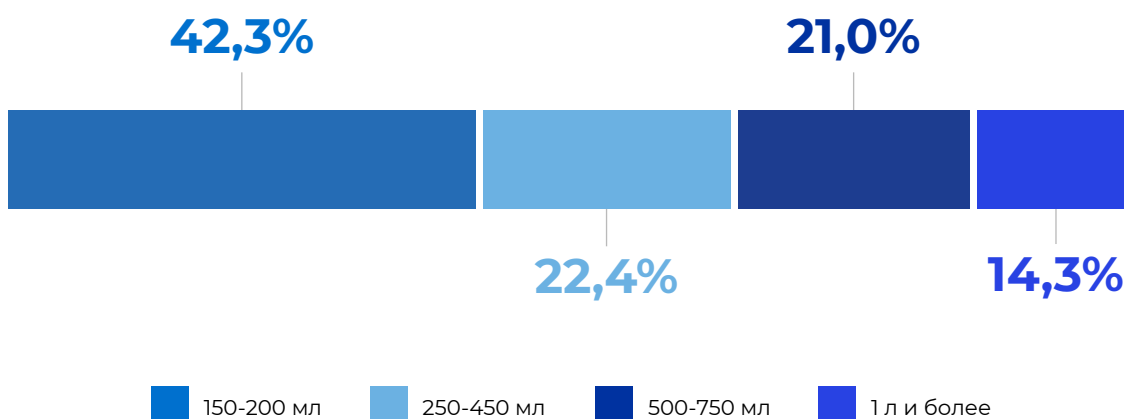
Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Большая часть газированной воды ОАЭ потребляется в стеклянных бутылках, наиболее популярный размер упаковки — 200 мл, на долю газированной воды в стеклянных бутылках такого объема в 2022 г. приходилось 38,2% общего объема потребления в натуральном выражении. Газированная вода объемом 150 мл реализуется исключительно в металлических банках, ее доля в 2022 г. составила 4,1%. Объем потребления в таре емкостью 250–330 мл занимает 20,4%, в таре 500–750 мл — 21,0% (вода объемом 750 мл реализовывалась только в стеклянных бутылках). Потребление газированной воды в бутылках емкостью 1 л и более составляет 14,3% общего объема. Наименее популярна вода в пластиковой упаковке емкостью 450 мл, доля которой в 2022 г. составила 2,0%.

Рис. 30. Структура потребления газированной воды ОАЭ размеру упаковки в натуральном выражении, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. Без учета бутилированной воды объемом 19 л и более.

После окончания острой фазы пандемии COVID-19 произошли два основных сдвига в потреблении безалкогольных напитков, в том числе газированной воды. Во-первых, люди стали чаще потреблять их на ходу, поскольку проводят больше времени вне дома. Во-вторых, цены на напитки выросли из-за глобальной инфляции, в связи с чем спрос на них также заметно сократился, несмотря на принадлежность таких напитков, как вода, к числу товаров ежедневного спроса и первой необходимости. По этой причине ключевое значение приобрели удобство упаковки напитка и ее низкая стоимость. Ожидается, что спрос на алюминиевые банки, пластиковые и ПЭТ-бутылки продолжит расти благодаря простоте их производства и хранения, а также относительно низкой себестоимости, снижающей итоговую цену продукта. Кроме того, такие виды упаковки, как ПЭТ-бутылки, как правило, возможно закрыть повторно, что помогает при потреблении в дороге.

Большая часть бутилированной воды в ОАЭ потребляется в бутылках с завинчивающимися крышками, которые удобнее, чем, например, металлические банки с рычажным кольцом, поскольку облегчают дозирование жидкости, легко открываются, сохраняют качество продукта и повышают его срок хранения. При этом наиболее важным фактором является возможность повторного закрытия такой крышки, что позволяет легко пить воду на ходу, а также упрощает хранение в условиях жаркого и сухого климата.

Тенденции в потреблении

Рост уровня жизни и пандемия COVID-19 стимулировали увеличение спроса на полезные для здоровья продукты питания и напитки, а также усилили требования к санитарно-гигиеническим аспектам продуктов питания. Кроме того, жители ОАЭ традиционно озабочены качеством опресненной водопроводной воды, что обуславливает высокий уровень потребления бутилированных напитков в целом.

Потребители в ОАЭ предпочитают минеральную воду не только из-за популярности здорового образа жизни, но и по причине подорожания газированных напитков после введения акциза на сахар и сахаросодержащие напитки в 2020 г. Производители, в свою очередь, разрабатывают и выводят на рынок полезные газированные воды, включая щелочные минеральные воды брендов Alpin, Masafi и Arwa, а также специализированные виды воды (без натрия, с повышенным содержанием витамина D, воду для детей и т.д.).

Кроме того, производители бутилированной воды используют инновации в упаковке в стремлении придать брендам индивидуальность и выделиться среди конкурентов. Например, компания Zulal Water выпустила ПЭТ-бутылку в форме капли. Компания National Food Products первой на рынке предложила упаковку Tetra Pak из биоразлагаемых материалов с учетом влияния экологического фактора на поведение потребителей. В ближайшей перспективе направление устойчивого развития будет играть важную роль в дизайне упаковки бутилированной воды.

Важной тенденцией является также расширение присутствия на рынке газированной воды местного производства. После успешного запуска газированной воды Blu Sparkling Water с конкурентной ценой примеру компании National Food Products последовали другие производители. В 2017 г. компания Al Ain вывела на рынок газированную воду Al Ain Sparkling Water. В 2018 г. компания Coca-Cola расширила свою продуктовую линейку за счет газированной воды под брендом Arwa, производство которой находится в ОАЭ.

В условиях определенного инфляционного давления на рынке воды ОАЭ усиливается значение ценового фактора. Ожидается, что более разборчивые в ценах потребители не станут сохранять лояльность традиционно предпочитаемым брендам и переключатся на более экономичные варианты, предлагающие привлекательные рекламные акции, особенно в рамках электронной коммерции. В связи с этим при сохранении повышенного уровня инфляции открываются перспективы для небольших поставщиков, которые могут существенно увеличить свою долю на рынке бутилированной воды, в то время как крупные игроки будут вынуждены искать новые маркетинговые решения, чтобы успешно конкурировать с новыми брендами.

Товары-субституты

Альтернативами бутилированной воде являются сладкие газированные напитки, однако их потребители переходят на бутилированную воду как из-за более высокой цены сладких газировок, так и благодаря тренду на здоровый образ жизни. Потребление ароматизированной воды находится на стабильно низком уровне, однако прогнозируется, что в обозримом будущем сегмент газированной бутилированной воды со вкусом ожидает рост, поскольку потребители ищут альтернативы газированным напиткам, а игроки расширяют свое предложение за счет различных ингредиентов и ароматизаторов на основе фруктов и растений. Растущими сегментами рынка безалкогольных напитков в ОАЭ сейчас являются соки, чай и кофе, а также спортивные напитки.

Ожидается, что в среднесрочной перспективе положительная динамика на рынке бутилированной воды ОАЭ сохранится, поскольку данная товарная категория воспринимается потребителями именно как здоровая альтернатива другим видам безалкогольных напитков. Соответственно, ведущие игроки на рынке все больше внимания обращают на тенденции в области здоровья. Функциональная бутилированная вода, направленная на удовлетворение конкретных потребностей, также будет становиться все более популярной. К таким относятся, например, вода, якобы снимающая стресс, способствующая сну или повышающая энергию и иммунитет. Продукты, удовлетворяющие таким потребностям, постепенно расширяют свое присутствие на полках розничных магазинов несмотря на то, что в целом остаются нишевыми.

2.3. Торгово-распределительная сеть

В 2022 г. офлайн-торговля в ОАЭ демонстрировала быстрые темпы восстановления по мере ослабления карантинных ограничений параллельно с продолжающимся увеличением объемов электронной коммерции. Росту розничных продаж способствовала политика правительства страны и отдельных регионов, направленная на поддержание экономического роста, стимулирование конкуренции и улучшение инвестиционного климата. Многие ритейлеры обновили свои торговые точки и скорректировали позиционирование брендов, чтобы оживить интерес потребителей к ним. Кроме того, на фоне экономических трудностей на других рынках, повысилась привлекательность ОАЭ для новых иностранных брендов и ритейлеров. Локализация и персонализация в условиях повышения разнообразия потребительского ассортимента постепенно становятся здесь ключевыми факторами успеха для компаний, нацеленных на устойчивый рост.

Сектор общественного питания

Крупнейшими по объемам продаж на рынке общественного питания ОАЭ являются обычные рестораны: в 2022 г. на них пришлось более 55,7% всей выручки.

В этом сегменте наиболее заметные результаты имеет международная сеть пиццерий Pizza Hut с выручкой около 166,8 млн долл. США, имеющая более 100 ресторанов в 10 крупнейших городах страны.

В ОАЭ как одном из центров международного туризма также сформировалась развитая современная культура кафе и баров, которые по объемам продаж опережают сети фаст-фуд ресторанов. Среди подобного рода заведений в стране выделяются международные сети Starbucks и Costa Coffee.

Основными брендами в сегменте ресторанов быстрого питания ОАЭ являются McDonald's, KFC, Tim Hortons, Subway и Burger King. Помимо крупных международных сетей быстрого питания популярностью также пользуются местные фаст-фуд рестораны, наиболее успешный из которых — Al Farooj Fresh компании Al Islami Foods.

Табл. 8. Структура общественного питания ОАЭ по типам заведений, 2022 г., %

Формат	Доля формата, %	Наименование (владелец)	Доля компаний, %
Полносервисные заведения	55,7	Pizza Hut (Yum! Brands)	1,9
		Chili's (Brinker International Inc)	1,4
		Hatam (Al Khaja Group)	0,8
		Прочие	95,9
Кафе/бары	23,5	Starbucks (Starbucks Corp)	9,1
		Costa Coffee (Coca-Cola Co)	2,2
		Shakespeare & Co Restaurant & Café (Shakespeare & Co)	1,2
		Прочие	87,5
Заведения быстрого питания	19,9	McDonald's (McDonald's Corp)	11,7
		KFC (Yum! Brands)	9,7
		Tim Hortons (Restaurant Brands International Inc)	4,3
		Прочие	74,3
Уличные киоски	0,5	Mr Sugarcane (Mr Sugarcane UAE)	4,8
		Magic Corn (FFS Marketing (M) Sdn Bhd)	2,5
		Прочие	92,7

Продолжение табл. 8.

Формат	Доля формата, %	Наименование (владелец)	Доля компаний, %
Заведения самообслуживания	0,4	Ikea Restaurant (Inter IKEA Systems)	63,1
		Vapiano (Vapiano AG)	5,2
		Прочие	31,7

Источник: EMIS, Euromonitor International

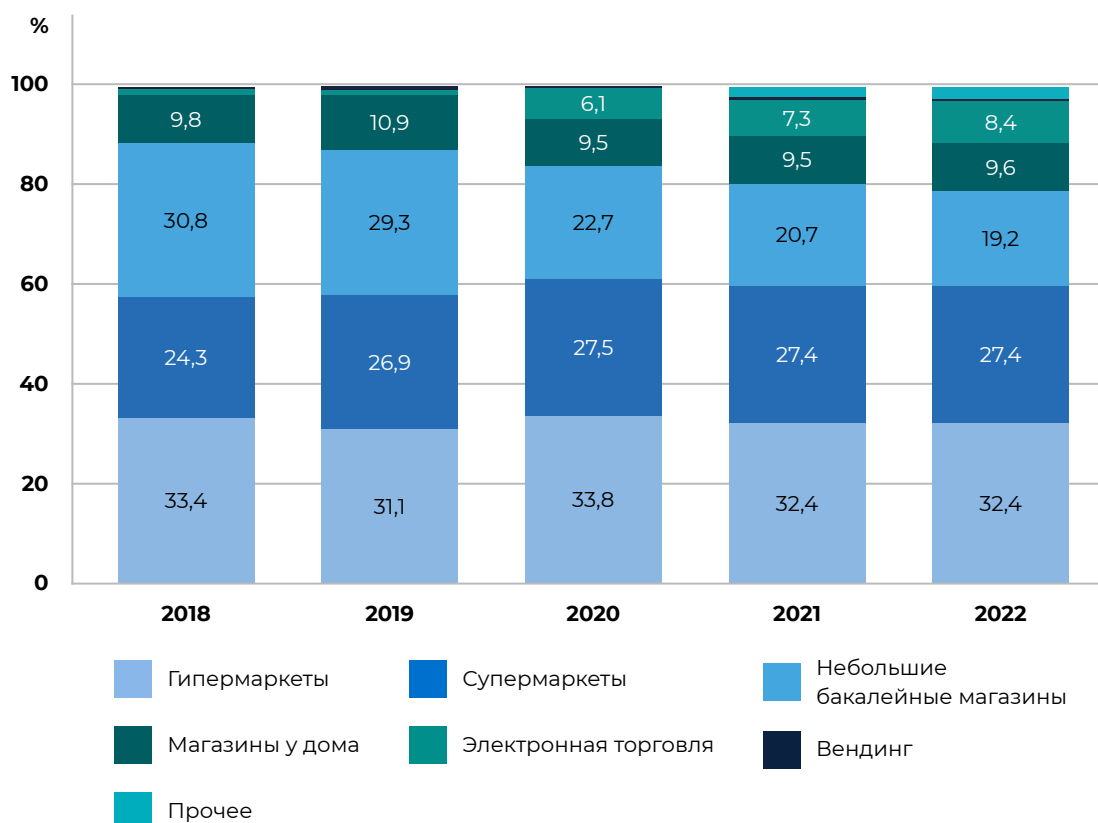
Розничная торговля

В условиях сложного экономического климата и глобальной политической нестабильности ОАЭ стали привлекательным местом для экспатриантов из развитых стран с постоянной гарантией занятости. Это повлияло на демографический состав ОАЭ, в связи с чем рынок розничной торговли был вынужден адаптироваться к разнообразным потребностям новых потребителей, в том числе с точки зрения ассортимента продуктов питания. Заметна тенденция на прибытие в ОАЭ людей с высоким уровнем доходов, в сочетании с ростом рынка жилой недвижимости и открытием новых предприятий. Данные факторы положительно отразились на увеличении числа специалистов по розничной торговле, а также магазинов товаров широкого потребления. При этом одновременно с продолжающимся динамичным ростом розничной электронной коммерции, покупатели вернулись и в популярные торгово-развлекательные центры, что дополнительно простимулировало офлайн-ритейл.

Основной объем бутилированной воды в ОАЭ реализуется через супермаркеты и гипермаркеты, на которые суммарно приходится 59,8% общего объема розничных продаж воды в натуральном выражении. Небольшие бакалейные магазины, магазины у дома и электронная торговля занимают 19,2%, 9,6% и 8,4% соответственно. На структуру розничных продаж серьезное влияние оказала пандемия COVID-19: доля продаж бутилированной воды через электронную торговлю увеличилась с 1,1% в 2018 г. до 8,4% в 2022 г., в то время как доля небольших бакалейных магазинов за аналогичный период сократилась с 30,8% до 19,2%.



Рис. 31. Структура потребления минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по форматам розничных торговых точек в натуральном выражении, 2018–2022 гг., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Открытые продуктовые рынки

Открытых продуктовых рынков в традиционном формате в ОАЭ практически не осталось. В стране высокий уровень урбанизации и большая часть розничной торговли осуществляется в городских супермаркетах и гипермаркетах. Даже в удаленных населенных пунктах и сельских районах продуктовые рынки, как правило, расположены в закрытых помещениях современного типа, где обеспечиваются санитарно-гигиенические требования, имеется вентиляция и холодильное оборудование. Существует небольшое количество мелких уличных розничных торговцев, по-прежнему торгующих, в том числе, свежими продуктами питания. Однако такая деятельность зачастую относится к неформальной экономике, развитию которой активно противодействует государство, и, как правило, сконцентрирована в районах проживания мигрантов с низким уровнем доходов. Активное развитие торговли на открытом воздухе дополнительно затрудняют суровые условия пустынного тропического климата — высокие температуры и регулярные песчаные бури.

Сети гипермаркетов и супермаркетов

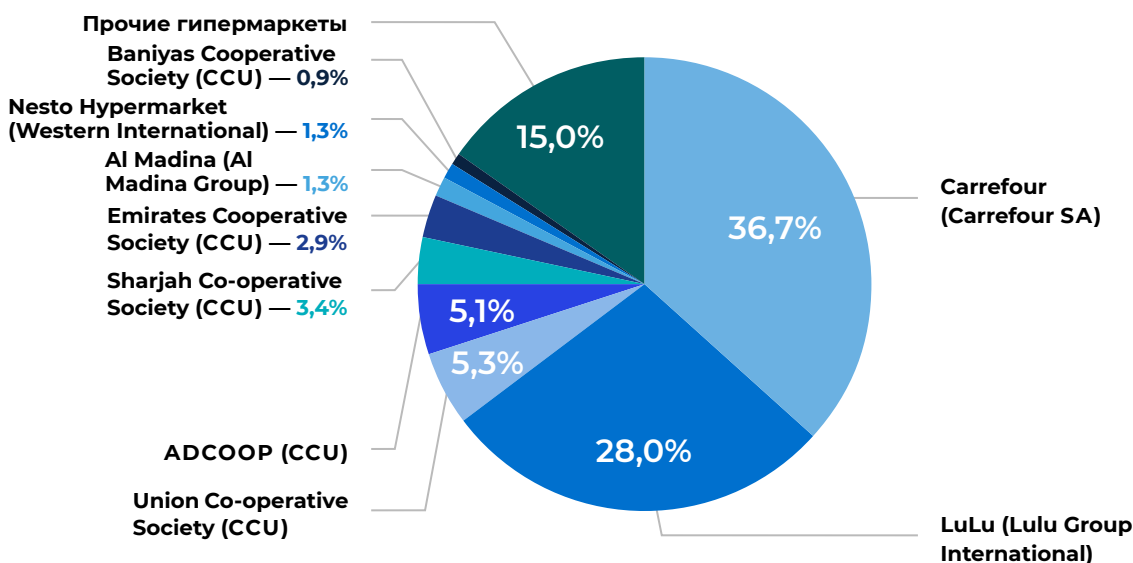
Сегмент современного ритейла в ОАЭ является основным, поскольку большая часть торговли сосредоточена в крупнейших городских агломерациях. Супермаркеты и гипермаркеты также получили распространение в городах средних размеров и постепенно появляются в небольших населенных пунктах. Крупные ритейлеры ориентированы, в первую очередь, на наиболее престижные районы прибрежных городов, в которых проживают потребители с высокими и средними доходами. Районы пребывания жителей с более низкими доходами, а также иммигрантов из азиатских стран обслуживаются, в основном, бакалейными лавками и магазинами у дома.

Крупные сети супермаркетов обычно прибегают к услугам дистрибьюторов. Поэтому экспортерам, желающим разместить свою продукцию на полках супермаркетов, рекомендуется выйти на них.

В формате супермаркетов ОАЭ наблюдается довольно высокая конкуренция. По объемам продаж лидирует местная сеть West Zone компании New West Zone Supermarket & Department Store с долей 17,9% рынка. Второе место занимает французская сеть Carrefour Market с долей 13,0%, на третьем месте — национальный ритейлер Al Maya Supermarket, который занимает 10,9%. На топ-10 сетей супермаркетов приходится 82,9% сегмента по объемам продаж.

Формат гипермаркетов более консолидирован, здесь выделяются два основных игрока: первое место занимает сеть Carrefour с долей рынка 36,7%, второе — сеть LuLu национальной Lulu Group International с долей 28,0%. Среди прочих гипермаркетов наиболее заметны магазины Союза кооперативов потребителей ОАЭ (Consumer Co-operative Union, CCU), которому принадлежит несколько региональных брендов, суммарно занимающих до 20% сегмента гипермаркетов.

Рис. 32. Доля рынка крупнейших гипермаркетов в ОАЭ, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Carrefour

Основанная в 1958 г. транснациональная розничная компания со штаб-квартирой во Франции, входит в топ-10 ритейлеров в мире по объемам выручки, насчитывает более 13 тыс. магазинов в десятках стран. Широко представлена на Ближнем Востоке и располагает магазинами в Иране, Ираке, Иордании, Кувейте, Ливане, Омане, Пакистане и Саудовской Аравии. В ОАЭ компания работает с 1995 г. и имеет более 70 торговых точек (в основном — в Дубае и ОАЭ), региональным оператором магазинов является зарегистрированная в Дубае компания Majid Al Futtaim Retail. В ОАЭ Carrefour предлагает широкий ассортимент товаров (более 80% которых произведены в пределах региона), активно использует современные технологии и обслуживает до 750 тыс. клиентов ежедневно. Общий объем продаж в 2022 г. превысил 14,8 млрд дирхамов (более 4,0 млрд долл. США).

LuLu

Транснациональная компания, которая управляет сетью из более чем 250 гипермаркетов и супермаркетов (из которых свыше 170 — в ОАЭ) со штаб-квартирой в Абу-Даби, основана в 1995 г. Представлена в более 20 странах мира, в основном — на Ближнем Востоке, Южной, Восточной и Юго-Восточной Азии. Численность сотрудников компании превышает 65 тыс. человек. Ассортимент гипермаркетов Lulu Group включает самый широкий спектр товаров повседневного спроса от мясной продукции и овощей до кондитерских изделий и детского питания. Помимо розничных продаж компания также развивает сегмент пищевой промышленности в Индии (Уттар-Прадеш и Мумбаи), инвестируя в мясоперерабатывающие заводы компании Fair Exports. В ОАЭ объем продаж компании в 2022 г. составил 11,3 млрд дирхамов или около 3,1 млрд долл. США.

Union Coop

Союз кооперативов потребителей учрежден Министерством труда ОАЭ в 1982 г. в целях улучшения социально-экономического положения населения страны за счет его вовлечения в розничную торговлю. Сегодня основной деятельностью Союза является управление сетью гипермаркетов и собственными торговыми центрами, а также несколькими небольшими продуктовыми магазинами. Торговые точки компании предлагают стандартный для местных магазинов ассортимент товаров от продуктов питания до электроники. Важная составляющая деятельности и позиционирования Союза — участие в благотворительности и проведение масштабных рекламных кампаний с социальным подтекстом, а также сотрудничество с некоммерческими организациями и органами государственной власти. Крупнейший бренд Союза, Union Coop, в 2022 г. насчитывал 24 магазина с общим объемом продаж 2,1 млрд дирхамов (584,3 млн долл. США).

Магазины класса «премиум»

ОАЭ — один из мировых центров торговли товарами роскоши и продуктами питания высокого ценового сегмента, в связи с чем рынки товаров класса «премиум» в стране весьма развиты. В крупнейших городах ОАЭ находятся как специализированные супермаркеты товаров премиум-класса (Grandiose

Supermarket), так и небольшие гастрономические бутики (Les Gastronomes, Secrets Fine Food, Maison Duffour в Дубае, Wheatfields Gourmet Grocer в Абу-Даби). Как правило, доля продаж импортных продовольственных товаров в таких точках выше, чем в обычных сетевых магазинах.

Государственные учреждения

К бюджетным относятся часть медицинских и образовательных учреждений, а также воинские части, муниципальные и правительственные структуры. Институциональный сегмент, как правило, характеризуется относительной ценовой чувствительностью, что накладывает определенные ограничения на продвижение импортной продукции. Однако в ОАЭ значительные государственные инвестиции и стабильно высокие расходы бюджета на образование и медицину, как и в целом поддержание статуса богатой страны, обуславливают наличие в данном сегменте спроса на более качественные и дорогие продукты питания

Электронная торговля

Цифровизация занимает важное место в повестке дня многих компаний на рынке ОАЭ, поскольку позволяет повысить эффективность и качество обслуживания клиентов. При этом большинство ритейлеров стремится по возможности сбалансированно развивать как онлайн, так и офлайн каналы продаж. В 2022 г. крупнейшая в ОАЭ сеть супермаркетов Carrefour начала активное внедрение системы Face Pay (биометрическая аутентификация платежей с использованием системы распознавания лиц), использование искусственного интеллекта в работе онлайн-магазина и доставки роботами-курьерами компании Talabat. Учитывая экономическую устойчивость и развитие местного рынка, постепенно возрастает конкуренция среди поставщиков и дистрибьютеров, рассматривающих ОАЭ как своеобразные «ворота» на рынок Ближнего Востока в целом. В связи с этим ожидается, что тенденции на цифровизацию и внедрение инноваций как в B2C, так и в B2B секторе, останутся актуальными в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Рынок ОАЭ открыт для иностранных компаний, в том числе специализирующихся на электронной торговле, в связи с чем в стране, помимо местных игроков, также представлено несколько крупных международных интернет-площадок. В сегменте B2B-маркетплейсов к ним относится, например, созданная в 2006 г. [платформа eWorldTrade](#) от Reckon Media, через данную площадку возможно осуществить выход на потенциальных импортеров. Сайт предоставляет услуги предприятиям любого размера, располагает максимально полным каталогом потенциальных B2B-партнеров в ОАЭ, оказывает содействие в участии в выставках в ОАЭ и других в странах Персидского залива, а также предоставляет услуги по привлечению потенциальных клиентов.

Основными площадками розничной электронной торговли в ОАЭ являются:

- [Amazon](#);
- [Noon](#);
- [LandmarkShops](#);
- [Sharaf DG](#);
- [Carrefour](#).

Доля этих пяти площадок суммарно составляет чуть более 50% всех онлайн-продаж ОАЭ.

Среди других известных площадок электронной торговли возможно отметить [DubaiStore](#), [Mumzworld](#), [Ikea](#), [LuLu](#).

Amazon

Одна из крупнейших американских технологических компаний, специализирующаяся на электронной коммерции, облачных технологиях, онлайн-рекламе, медиа и искусственном интеллекте. В 2017 г. Amazon приобрела Souq.com — крупнейшую на тот момент платформу электронной коммерции в арабском мире со штаб-квартирой в Дубае, став таким образом лидером рынка онлайн-торговли в регионе. Через платформу amazon.ae в ОАЭ сегодня реализуется самый широкий спектр товаров от фильмов и программного обеспечения до продуктов питания и сельскохозяйственного оборудования. Совокупно Amazon (B2C-продажи) и Amazon Marketplace (B2B-сделки) занимают 25,5% всего рынка онлайн-торговли ОАЭ.

Noon

Арабский аналог Amazon и второй крупнейший маркетплейс ОАЭ, где можно приобрести практически все, в том числе товары повседневного спроса. Запущен в 2016 г. и работает на территории ОАЭ, Саудовской Аравии и Египта. Сервис предназначен для B2C-продаж, выделяется за счет быстрой доставки, разнообразия вариантов оплаты и возврата товара, а также круглосуточного обслуживания клиентов. Кроме того, площадка предоставляет гарантии подлинности и качества товаров, выставленных на продажу.

LandmarkShops

Онлайн-магазин начал функционировать в 2012 г. как дополнение к основному бизнесу компании Landmark Group из ОАЭ, имеющей активы в розничной торговле одеждой, обувью, бытовой электроникой, косметикой и косметическими товарами для дома, а также детскими товарами. Интернет-магазин интегрирован в цифровую экосистему компании, управляющей 2 тыс. торговыми точками и предлагает соответствующую корпоративную программу лояльности.

2.4. Конкуренстная среда и участники рынка

Рынок бутилированной воды ОАЭ в целом является конкурентным, однако в большинстве случаев заметно выделяется несколько ключевых игроков. Так, в сегменте наиболее востребованной в стране негазированной очищенной воды на долю трёх крупнейших поставщиков приходится 63,9% общего объема розничных продаж в натуральном выражении. Все три компании являются местными производителями: лидирует Agthia Group с брендом Al Ain, который занимает 28,0% объема сегмента. Заметные позиции также занимают бренды Mai Dubai и Masafi с долей 19,7% и 16,2% соответственно. Mai Dubai в последние годы демонстрирует особенно динамичный рост благодаря значительным инвестициям в рекламные кампании и спонсорство различных мероприятий, являясь основным конкурентом лидера рынка, Al Ain, в сегменте розничных продаж. Средний уровень цен в сегменте составляет 0,55 долл. США за литр.

Лидером сегмента негазированной минеральной воды ОАЭ по итогам 2022 г. является Danone с брендами Evian и Volvic, которые суммарно занимают 69,9% объема сегмента в натуральном выражении. Их ближайший конкурент, минеральная вода Acqua Panna от Nestlé, занимает около 12,7% сегмента, несмотря на более низкую цену в 3,13 долл. США за литр.

На рынке негазированной родниковой воды первое место принадлежит бренду Alpin крупнейшего местного производителя Agthia Group с долей 31,3% в объеме сегмента в натуральном выражении. Вместе с тем, наиболее широко в сегменте родниковой воды представлены бренды из Турции: Erikli (Nestlé), Sirma (Danone) и Hamidiye (Hamidiye Spring Water) совокупно занимают 32,3% объема сегмента в натуральном выражении, опережая Alpin, в том числе, за счет более конкурентных цен, средний уровень которых в сегменте составляет 0,74 долл. США за литр.

Сегмент газированной минеральной воды в ОАЭ является наиболее конкурентным. Бренды Nestlé, Perrier и S Pellegrino, занимают 19,0% и 14,4% общего объема соответственно, в то время как оставшаяся большая часть розничных продаж приходится на прочие бренды, среди которых, в том числе, Evian от Danone. Данный сегмент также характеризуется самыми высокими ценами: средняя цена за литр воды Perrier достигает 5,58 долл. США, S Pellegrino реализуется по 3,62 долл. США за литр, Evian — по 3,58 долл. США за литр.

В сегменте газированной очищенной воды доминирует продукция Coca-Cola под брендами Schweppes, Canada Dry и Arwa, которые в сумме занимают 73,1% общего объема данного относительно небольшого сегмента. В последние годы конкуренцию Coca-Cola стремятся составить местные производители — National Food Products с брендом Blu Sparkling Water (14,3% объема сегмента) и Agthia Group с газированной водой Al Ain (4,1%). Средний уровень цен в сегменте составляет 2,1 долл. США за литр.

Табл. 9. Структура рынка минеральной (бутилированной) воды ОАЭ по брендам в натуральном выражении, 2022 г.

Вид бутилированной воды	Доля, %	Бренд	Компания	Доля бренда, %	Розничная цена долл. США/литр*
Негазированная очищенная вода	97,0	Al Ain	Agthia Group	28,0	0,41
		Mai Dubai	Mai Dubai	19,7	0,68
		Masafi	Masafi	16,2	0,52
		Arwa	Coca-Cola	7,7	0,70
		Oasis	Oasis Water	6,0	0,60
		Aquafina	PepsiCo	2,1	0,38
		Прочие		20,4	
Негазированная минеральная вода	0,9	Evian	Danone	44,2	3,23
		Volvic	Danone	25,7	3,18
		Acqua Panna	Nestlé	12,7	3,13
		Прочие		17,3	
Негазированная родниковая вода	0,8	Alpin	Agthia Group	31,3	0,81
		Erikli	Nestlé	12,4	0,71
		Sirma	Danone	10,5	0,65
		Hamidiye	Hamidiye Spring Water	9,4	0,79
		Прочие		36,5	
Газированная минеральная вода	0,8	Perrier	Nestlé	19,0	5,58
		S Pellegrino	Nestlé	14,4	3,62
		Evian	Danone	1,3	3,58
		Прочие		65,3	
Газированная очищенная вода	0,4	Schweppes	Coca-Cola	35,7	3,38
		Canada Dry	Coca-Cola	34,9	2,26
		Blu Sparkling Water	National Food Products	14,3	1,41
		Al Ain	Agthia Group	4,1	2,29
		Arwa	Coca-Cola	2,5	1,23
		Прочие		8,5	

Источник: EMIS, Euromonitor International, luluhypermarket.com

Примечание. *Цены на октябрь 2023 г.

Местные производители

На рынке бутилированной воды ОАЭ преобладают местные компании. Основные производители безалкогольных напитков ОАЭ имеют в своем ассортименте бутилированную воду. Большинство популярных брендов производится путем очищения воды из подземных и горных источников, либо воды с основных опреснительных станций.

Agthia Group



Крупнейший производитель и дистрибьютор бутилированной воды в ОАЭ, основанный в 2004 г., а также один из ведущих в стране производителей продуктов питания в целом. Компании принадлежат самые популярные в стране бренды негазированной очищенной воды Al Ain и импортной негазированной родниковой воды Alpin. На заводе компании в г. Эль-Айн разливается вода из местных подземных источников. Agthia Group первой вывела на рынок воду без натрия, детскую питьевую воду и щелочную воду. Кроме того, компания предлагает широкий ассортимент чая, кофе, молочной и мясной продукции, овощей, фруктов, мучных, кондитерских изделий, полуфабрикатов, приправ.

Сайт: www.agthia.com



Mai Dubai



Учрежденная в 2012 г. компания является одной из наиболее технологичных среди крупных производителей бутилированной воды в ОАЭ. С 2019 г. завод компании, расположенный в пригороде г. Дубай и разливающий очищенную воду с местных опреснительных станций, полностью работает на электроэнергии, вырабатываемой собственной солнечной электростанцией. В том же году Mai Dubai запустила собственный бренд газированной воды. Новая линия быстрого розлива компании способна производить 86 тыс. бутылок в час и около 2 млн единиц продукции в день, в том числе на экспорт. Кроме того, Mai Dubai совместно с компанией DGrade запустила проект по производству одежды из переработанных бутылок, подчеркивающий внимание компании к экологии.

Сайт: www.maidubaiwater.com





Компания основана в 1977 г. и предлагает широкий ассортимент продукции, включающий питьевую воду премиум-класса, салфетки, соки, гигиенические наборы, масло и рис. Бренд позиционируется как элитная марка негазированной очищенной бутилированной воды, в связи с чем цены на него выше, чем у конкурентов среди местных производителей. На заводе компании в г. Масафи разливается вода из источников, расположенных в горах эмирата Рас-эль-Хайма. Сайт: www.masafi.com



National Food Products Company



Компания основана в 1971 г. как предприятие по производству молочных продуктов. Сегодня численность персонала компании составляет более 4,5 тыс. человек по всей территории ОАЭ и за их пределами. NFPC экспортирует продукцию в более чем 40 стран Ближнего Востока, Африки и Азии с акцентом на страны Персидского залива. NFPC — первая компания в ОАЭ, удостоенная членства в Международной ассоциации бутилированной воды. Помимо воды NFPC реализует различные соки, а также молочную и мучную продукцию. К брендам бутилированной воды компании относятся Oasis, Blu и Aqua Fresh.

Сайт: www.nfpcgroup.com



Зарубежные игроки рынка

Иностранные компании на рынке ОАЭ занимаются в основном импортом минеральной и газированной воды. Особой популярностью пользуются мировые премиальные бренды воды из уникальных природных источников.

Coca-Cola



Транснациональная корпорация, основанная в США в 1892 г., и известная как производитель и дистрибьютор одноименного напитка, а также других безалкогольных напитков, концентратов и сиропов для них. На рынке ОАЭ компания предлагает очищенную газированную воду Schweppes и Canada Dry, а также газированный и негазированный варианты очищенной воды Arwa, которая с 1990 г. производится на предприятии Al Ahlia Gulf Line, официального дистрибьютера продукции Coca-Cola в ОАЭ.

Сайт: www.coca-colacompany.com



Nestle



Швейцарская транснациональная корпорация, крупнейший в мире производитель продуктов питания. На рынок ОАЭ поставляет минеральную воду турецкого бренда Erikli, французскую Perrier, итальянские S Pellegrino и Acqua Panna.

Сайт: www.nestle.com





Французская продовольственная компания, известный производитель молочных продуктов и других продуктов питания. На рынок ОАЭ поставляет бутилированную воду под брендами Evian, Volvic и Sirma. Минеральная вода Evian разливается из нескольких источников в окрестностях города Эвиан-ле-Бен

на южном берегу Женевского озера, бренд принадлежит Danone с 1970 г. Вода Volvic разливается из источников вблизи города Клермон-Ферран рядом с потухшим вулканом Шен-де-Пюи, Danone владеет брендом с 1993 г. Sirma — турецкий бренд негазированной родниковой воды, принадлежащий компании с 2013 г.

Сайт: www.danone.com



Fiji water



Компания основана в 1996 г. Дэвидом Гилмором. С тех пор одноименный бренд стал одним из самых популярных в премиальном сегменте. Продукция компании присутствует в дорогих отелях, изысканных ресторанах, торговых точках, поставляется более чем в 60 стран мира, включая ОАЭ. Источником воды Fiji Water являются подземные воды горы Накаувадра на острове Вити-Леву на Фиджи.

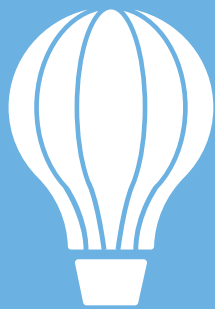
Сайт: www.fijiwater.com



**Требования и стандарты
на продукцию**



ЭВ



Содержание

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке

3.1. Требования к производителям

Вопросами контроля безопасности пищевых продуктов и регулирования импорта сельскохозяйственных товаров в ОАЭ занимаются профильные ведомства и муниципальные власти. На федеральном уровне применение законов и стандартов для пищевых продуктов регулируется Министерством изменения климата и окружающей среды (МОССАЕ), Агентством метрологии и стандартизации (ESMA) и Министерством здравоохранения. Вместе с тем муниципальный контроль обеспечивает соответствие всей импортируемой продукции федеральным регламентам и стандартам.

В 2018 г. МОССАЕ в сотрудничестве с муниципалитетом Дубая внедрило Национальную систему аккредитации и регистрации пищевых продуктов ([National Food Accreditation and Registration System](#)), в рамках которой создана электронная система ZAD, где должны быть зарегистрированы все продукты питания до начала продажи в ОАЭ. Процесс регистрации требует, чтобы импортеры подали онлайн-заявку и предоставили копию этикетки с официальными сертификатами от компетентного органа страны происхождения (в России — Россельхознадзора), подтверждающие заявленные характеристики продукта. В случае одобрения запроса импортер получает свидетельство о регистрации продукта. После этого он может подать заявку на разрешение ввоза продукции в страну.

В сочетании с процедурами импортной инспекции система электронной регистрации решает следующие задачи:

- проверка соответствия продукции фитосанитарным требованиям, техническим регламентам, стандартам и другим требованиям в соответствии с двусторонним соглашением между Россией и ОАЭ;
- проверка соответствия компании-экспортера санитарным и фитосанитарным требованиям ОАЭ;
- проверка соответствия продукта техническим нормам, таким как маркировка, срок годности, микробиологические стандарты и т.д.;
- проверка соответствия результатов лабораторных испытаний техническим нормам и стандартам ОАЭ.

Система технического регулирования ОАЭ базируется на национальных стандартах и технических регламентах. Функции национального органа по стандартизации и метрологии ОАЭ выполняет ESMA. Сертификацией занимается отдел оценки соответствия ESMA. Сертификаты соответствия выдаются для продуктов, отвечающих требованиям национальных стандартов или стандартов GSO. Если необходимые национальные стандарты отсутствуют, ESMA использует иностранные стандарты.

В июне 2018 г. правительство ОАЭ анонсировало правила регулирования рынка соков и напитков (Cabinet Decree № 30/2018), которые начали действовать в 2019 г. Согласно этим правилам, перед выпуском продукции на рынок

компания-импортер должна получить сертификат оценки соответствия требованиям безопасности и качества (Emirates Conformity Assessment Scheme, ECAS). Для регистрации продукции и получения сертификата ECAS необходимо подать заявку с комплектом документов в ESMA. При этом должны выполняться следующие условия:

- наличие сертификатов, подтверждающих внедрение и соблюдение правил любой из международных систем управления безопасностью пищевых продуктов и/или использование приемлемой для ESMA надлежащей производственной практики, а также соблюдение процедур контроля качества производства пищевой продукции (сертификат GMP/GHP);
- соответствие состава продукции стандартам ОАЭ/ССАГПЗ;
- соблюдение требований стандартов к условиям транспортировки и хранения продукции.

Процедура обработки заявки, оформленной на сайте ESMA, занимает около восьми дней. При необходимости у поставщика может быть затребована дополнительная информация. Испытания продукции проводит ESMA или аккредитованные лаборатории. В случае положительной оценки ESMA регистрирует продукцию и выдает сертификат соответствия со сроком действия три года, который необходимо ежегодно подтверждать. На этикетке питьевой воды, прошедшей сертификацию ECAS, помещается [знак качества EQM](#). За продажу питьевой воды без знака качества на бутылке грозит штраф от 30 тыс. дирхамов.

Поставщик может запросить распространение регистрации на другие варианты продукции при условии, что они изготовлены на том же производстве в соответствии с тем же техническим регламентом. Решение о распространении регистрации или проведении новой оценки соответствия принимает ESMA. Импорт питьевой воды могут заниматься компании, имеющие действующую торговую лицензию ОАЭ для ведения бизнеса (Trade License for Business), и зарегистрированные индивидуальные предприниматели.

Рис. 33. Знак качества продукции EQM



3.2. Требования к продукции

Требования к питьевой воде и напиткам, а также методы контроля состава продукции регламентируют следующие стандарты:

- GSO 1025:2014 Bottled drinking water (Бутилированная питьевая вода);
- GSO 987:2021 Bottled natural mineral water (Бутилированная природная минеральная вода);
- GSO 1694:2005 General principles of food hygiene (Общие принципы гигиены пищевых продуктов);
- GSO 384:2021 Edible ice (Пищевой лед).

Согласно стандарту UAE.S 192:2016, в ОАЭ применяется признанный большинством стран мира Codex Alimentarius (Кодекс Алиментариус). Использование перечисленных в нем пищевых добавок одобрено ОАЭ в максимально допустимых пределах (Water Quality Regulations). При этом компетентные органы ОАЭ имеют право оценивать и одобрять использование других пищевых добавок, если заявитель представил доказательное обоснование. Эта процедура выполняется в онлайн-режиме после регистрации в системе ZAD. Компания-производитель должна получить одобрение властей ОАЭ на применение пищевых добавок и указать их на этикетке продукта. Однако такая возможность используется редко из-за длительности процесса одобрения и непредсказуемости результата.

Стандарты качества, обеспечивающие безопасность питьевой воды, определяет Министерство здравоохранения. Сертифицированный поставщик должен ежегодно брать из точек водозабора пробы для анализа на соответствие каждому параметру.

Табл. 10. Допустимое содержание микроорганизмов и химических веществ в питьевой воде

Микроорганизм/вещество	Допустимое содержание, мг/л
Общее микробное число при 37 °C	< 100 колоний/л
Кишечная палочка	Не допускается
Мышьяк	< 0,01
Сурьма	< 0,005
Кадмий	< 0,003
Барий	< 0,7
Молибден	< 0,07

Продолжение табл. 10.

Микроорганизм/вещество	Допустимое содержание, мг/л
Хром	< 0,05
Ртуть	< 0,001
Никель	< 0,02
Свинец	< 0,01
Селен	< 0,01
Марганец	< 0,1
Бор	< 5
Цианиды	< 0,07
Нитраты	< 50
Нитриты	< 0,01
Сульфаты	< 250
Железо	< 0,03
Аммоний	< 1,5
Алюминий	< 0,1
Медь	< 1
Цинк	< 0,1
Фосфор	< 2,2

Стандарт GSO 987:2021 устанавливает следующую классификацию для воды и напитков, произведенных на ее основе:

- натуральная газированная природная минеральная вода — минеральная вода, полученная из естественного источника, которая после очистки и повторной газации фактически и визуально имеет одинаковое содержание углекислого газа, выделяемого при нормальных окружающих условиях (температуры и давления);
- негазированная природная минеральная вода (не шипучая) — природная минеральная вода, которая не содержит свободного углекислого газа;
- дегазированная природная минеральная вода — природная минеральная вода, которая после обработки и упаковки содержит меньше углекислого газа, чем при ее естественной добыче из источника;

- природная минеральная вода, обогащенная углекислым газом из источника — это природная минеральная вода, которая после соответствующей обработки и упаковки содержит больше углекислого газа, чем при ее естественной добыче из источника;
- газированная природная минеральная вода — природная минеральная вода, которая после соответствующей обработки и упаковки была газирована из сторонних источников. Помимо классификации стандарт GSO 987:2021 устанавливает требования к максимальным пределам содержания минеральных элементов.

Максимально допустимые уровни содержания пестицидов и загрязняющих веществ в пищевой продукции определяются следующими техническими регламентами и стандартами:

- GSO 382:2021 Maximum limits of pesticide residues in agricultural and food products (Максимально допустимые уровни содержания пестицидов в сельскохозяйственной и пищевой продукции);
- GSO 193:2021 Contaminants and toxins in food and feed (Загрязняющие вещества и токсины в пищевых продуктах и кормах);
- GSO 1694:2005 General principles of food hygiene (Общие принципы гигиены пищевых продуктов);
- GSO 1016:2015 Microbiological criteria for foodstuffs (Микробиологические критерии для пищевых продуктов).

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Требования к упаковке пищевых продуктов в ОАЭ регламентируется более чем двумя десятками документов GSO, касающихся материалов, контактирующих с пищевыми продуктами. В качестве отправной точки для изучения требований к упаковке и маркировке экспортерам следует ознакомиться со следующими стандартами:

- GSO 839:2021 Food packages — Part 1: General requirements (Упаковка продуктов питания — часть 1: Общие требования);
- GSO 1863:2021 Food packages — Part 2: Plastic package — General requirements (Упаковка продуктов питания — часть 2: Пластиковая упаковка);
- GSO 2231:2012 General requirements for the materials intended to come into contact with food (Общие требования к материалам, контактирующим с пищевыми продуктами);

- GSO 150-1:2013 Expiration dates for food products — Part 1: Mandatory expiration dates (Сроки годности пищевых продуктов — часть 1: Обязательная маркировка сроков годности);
- GSO 150-2:2013 Expiration dates for food products — Part 2: Voluntary expiration dates (Сроки годности пищевых продуктов — часть 2: Добровольная маркировка срока годности).

Базовые требования к маркировке пищевых продуктов в ОАЭ определяются техническим регламентом GSO 9:2013 Labeling of prepackaged food stuffs (Маркировка расфасованных пищевых продуктов). Приведенные в нем правила маркировки распространяются на все пищевые продукты, реализуемые в ОАЭ как оптом, так и в розницу.

Как правило, этикетка продукта должна содержать следующую информацию:

- название продукта, указанное на видном месте;
- торговая марка (при наличии);
- ингредиенты в порядке убывания содержания в составе продукта. Названия пищевых добавок или Е-номер должны указываться вместе с названием группы, к которой относится добавка;
- пищевая ценность продукции;
- объем нетто (в ОАЭ используется метрическая система единиц измерения массы и объема, поэтому объем жидких пищевых продуктов приводится в литрах или миллилитрах);
- название и адрес производителя, экспортера, импортера, дистрибьютора или продавца;
- страна происхождения товара;
- срок годности, особые инструкции по хранению и приготовлению;
- идентификационный номер партии;
- информация об аллергичности ингредиентов;
- информация о пищевых продуктах и ингредиентах, вызывающих гиперчувствительность;
- источники животных жиров (при наличии);
- штрих-код.

Для перевода части содержания этикетки продукта на арабский язык допустимо применение стикеров, которые должны быть одобрены властями ОАЭ перед использованием и включены в процесс оценки этикетки.

Стикер должен быть наклеен до осуществления поставки и отвечать следующим требованиям:

- не скрывать информации, требуемой стандартами ОАЭ;
- не содержать информации, расходящейся с оригинальной этикеткой;
- не содержать дат изготовления и истечения срока годности;
- должен быть прикреплен к упаковке таким образом, чтобы его нельзя было бесследно удалить.

Стикер на арабском языке должен содержать, как минимум, следующую информацию:

- наименование товара;
- состав пищевых ингредиентов;
- страна происхождения;
- условия хранения (если применимо);
- инструкция по применению (если применимо);
- информация о питательной ценности (если применимо).

Общие требования к этикеткам и маркировке:

- информация на этикетке должна быть заметной и легко читаемой;
- на расфасованные продукты питания этикетки наносятся таким образом, чтобы их бесследное удаление с тары было невозможным;
- маркировка и ее пояснения должны быть приведены на арабском языке (надписи на другом языке должны быть расположены рядом с соответствующим им арабским текстом, и информация на разных языках должна быть полностью идентичной);
- маркировка должна корректно отображать состав продукта и не должна вводить потребителя в заблуждение относительно содержимого;
- запрещено использовать фразы, логотипы и символы, связанные с системой менеджмента качества;

- на каждую упаковку должен быть надежно нанесен код, по которому можно идентифицировать изготовителя и номер партии.

Рис. 34. Контрэтикетка продукта



Согласно стандартам ОАЭ, даты изготовления и истечения срока годности должны быть выгравированы, вытиснены, напечатаны или проштампованы с использованием несмываемой краски непосредственно на оригинальной этикетке или первичной упаковке. Даты, напечатанные на стикерах, не принимаются в расчет. Для указания дат не может использоваться штриховое кодирование.

Даты должны быть напечатаны в следующем порядке:

- день/месяц/год для продуктов со сроком годности три месяца или менее;
- день/месяц/год или месяц/год для продуктов со сроком хранения более трех месяцев.

При формате «месяц/год» датой истечения срока годности считается последний день месяца. При этом месяц можно указать цифрами или словом.

Дате истечения срока действия должна предшествовать одна из следующих надписей:

- Expiration (date);
- Fit for (X) days or (X) months from the date of production;
- Use by (date) / Use before (date);
- Sell by (date);

- Valid until (date) from the date of production (для продукции со сроком хранения более трех месяцев, к которым относится и питьевая вода).

Кроме того, стандарт GSO 2233:2021 требует обязательного раскрытия информации о пищевой ценности продуктов питания. На этикетках расфасованных пищевых продуктов, предназначенных для непосредственного употребления в пищу, должна быть указана следующая информация о пищевой ценности:

- питательная ценность с учетом основных элементов, таких как углеводы, жиры, белки, пищевые волокна, а также энергетическая ценность;
- в случае добавления витаминов, минеральных солей или любых других диетических элементов в качестве ингредиентов ценность каждого элемента указывается отдельно;
- если размер фасовки составляет менее 100 мл, вся информация о питательной ценности и/или чистом содержании должна быть указана в процентах по весу;
- информация приводится в международных единицах (масса — в граммах и их долях, доза биологически активных веществ — в МЕ, энергетическая ценность — в килокалориях);
- заявления о полезности для здоровья должны быть правдивыми и основываться на подтверждающих их сертификатах.

Импортёры должны подавать образцы всех этикеток вместе с первичной заявкой на поставку продукции через электронный портал ZAD или службу импорта и реэкспорта продуктов питания муниципалитета. В процессе рассмотрения заявки оценивается соответствие этикетки указанным выше требованиям.

Важно отметить следующие моменты:

- разные фасовки одного и того же продукта питания (например, литровая и полулитровая бутылки воды) считаются разными продуктами и должны регистрироваться отдельно;
- в случае внесения изменений в содержание этикетки после получения первоначального одобрения необходимо запрашивать повторную оценку (например, при изменении объема, штрих-кода и т.д., этикетку придется согласовывать заново);
- указанные требования действуют для продукции, предназначенной как для реализации в ОАЭ, так и для реэкспорта.

Особенности и барьеры входа на рынок

4

A high-contrast, black and white photograph of a glass of water splashing. The water is captured in mid-air, creating a dynamic, starburst-like splash pattern. The glass is partially filled with water, and the splash is centered over the top edge. The background is solid black, making the white highlights of the water stand out. A large, bold, white number '4' is overlaid on the lower-left portion of the glass and splash.



Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Экспортируемые из России товары в обязательном порядке подлежат таможенному оформлению, в основе которого — подача таможенной декларации. С момента вступления в силу таможенного кодекса ЕАЭС (1 января 2018 г.) таможенная декларация подается только в электронном виде по строго определенной форме. Итоговый перечень документов, требуемых при экспорте пищевой продукции в ОАЭ, зависит от способа ее транспортировки.

Стандартный пакет включает следующие документы:

1) Документы в отношении заключенной сделки:

- контракт со всеми дополнительными соглашениями;
- спецификация;
- платежные документы о предоплате (если предусмотрено контрактом);
- инвойс (счет), отправляемый с грузом;
- ведомость банковского контроля с уникальным номером контракта (УНК, ранее — паспорт валютной сделки).

2) Транспортные (перевозочные) документы:

- коносамент или CMR-накладная (в случае морской или автомобильной перевозки);
- упаковочный лист;
- страховка на груз (если предусмотрено контрактом).

3) Документы на товар, подтверждающие право владения грузом, происхождение товаров, торговую марку и фирму-производителя, соблюдение запретов и ограничений на вывоз, классификацию товаров по ТН ВЭД:

- сертификат соответствия;
- предварительное решение о классификации товаров по ТН ВЭД (при наличии).

4) Документы, подтверждающие оплату таможенных пошлин и сборов (при наличии).

Инвойс оформляется экспортером и направляется импортеру для оплаты партии товара. Инвойс используется таможенными органами страны-импортера для определения стоимости товара и содержит следующую информацию:

- страна происхождения товара;
- данные о продавце с российской стороны и покупателе в ОАЭ;
- описание товара;
- количество единиц товара с указанием цены;
- платежная информация.

Упаковочный лист включает в себя следующие сведения:

- данные об отправителе и получателе;
- номер инвойса;
- дата отгрузки;
- список перевозимой продукции с подробным описанием;
- формат упаковки;
- масса нетто и брутто (в килограммах);
- габаритные размеры погрузочных позиций.

Таможенный контроль при ввозе товаров в ОАЭ

Выгодное географическое расположение ОАЭ позволяет стране быть ближневосточным логистическим хабом. Внешнеэкономическая деятельность в ОАЭ регулируется как на федеральном уровне, так и на уровне эмиратов. На федеральном уровне ответственным органом за торговую политику является Министерство экономики ОАЭ.

Нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность ОАЭ, делятся на две категории. К первой относятся законы, принятые в рамках ССАГПЗ, в частности, «Общий таможенный закон», «Общий таможенный тариф» и «Общий закон об антидемпинговых, компенсационных и защитных мерах». Во вторую категорию входят международные торговые договоры, заключенные вне рамок ССАГПЗ, включая соглашения Международной ассоциации торговли зерном и кормами (GAFTA) и ВТО, а также двухсторонние соглашения о свободной торговле.

С 1 января 2015 г. в ОАЭ действует «Единое руководство ССАГПЗ по таможенным процедурам» и принцип «единой точки входа». В отношении импорта в таможенную зону государств-членов ССАГПЗ применяются единые требования и правила. После таможенной очистки товары выпускаются для свободного обращения на всей таможенной территории стран ССАГПЗ. Таким образом, товары, поступающие в порты ССАГПЗ, подлежат одинаковым процедурам оформления импорта, включая оплату пошлин.

Правовой основой для таможенных процедур в ОАЭ являются «Общий таможенный закон» государств ССАГПЗ от 2002 г. и Федеральный закон ОАЭ № 8/2015 «О федеральном таможенном управлении», действующий с 28 января 2016 г. Хотя таможенные процедуры в стране унифицированы, за их реализацию отвечают таможенные департаменты отдельных эмиратов, что обуславливает некоторые различия. Кроме того, важную роль в толковании федеральных законов и постановлений играют муниципалитеты, которые имеют возможность подавать петиции в федеральные органы власти с просьбой пересмотреть, отложить или отменить постановления и решения.

В Дубае и Абу-Даби, на которые приходятся основные потоки импорта, функционируют электронные таможенные системы. Для получения информации о требованиях к регистрации пищевых продуктов и маркировке рекомендуется использовать онлайн-услуги, предоставляемые этими муниципалитетами. Таможня Дубая использует систему электронного декларирования, позволяющую в режиме 24/7 оформлять документы онлайн и проводить электронные платежи. Точно так же в Абу-Даби действует система электронного таможенного декларирования, в которой можно осуществлять электронное оформление, включая платежи, декларации и разрешения.

Контроль безопасности импортируемой продукции

До выпуска на рынок продукты питания могут подвергаться контролю безопасности, если это необходимо для обеспечения выполнения требований ССАГПЗ или по другим причинам. В странах ССАГПЗ создана единая система быстрого информирования о безопасности пищевых продуктов ([GRASF](#)), которая обеспечивает эффективный обмен информацией о прямых и косвенных рисках для здоровья, связанных с пищевыми продуктами или контактирующими с ними материалами. Информация, поступающая с таможенных пунктов стран ССАГПЗ, немедленно передается другим участникам системы, которые могут незамедлительно принять решение о запрете импорта попавшей под подозрение продукции.

При проверке импортируемой пищевой продукции в ОАЭ применяют систему управления рисками, основанную на классификации пищевых продуктов с точки зрения риска для здоровья человека, а также исходя из задокументированных данных об истории поставок аналогичной продукции из страны-экспортера. Пищевые продукты делятся на три категории. Минеральная вода

относится к группе с максимальным риском. Такая продукция примерно в 80% случаев проходит полную проверку, включающую анализ сопроводительной документации, осмотр груза, отбор проб и их лабораторный анализ. При осуществлении первой поставки вероятность полной проверки близка к 100%.

Согласно «Руководству ССАГПЗ по контролю импортируемых пищевых продуктов», страны ССАГПЗ должны систематически документировать историю проверки импортируемых пищевых продуктов, которые прошли сертификацию. Оценка истории соответствия основывается на данных, собранных при проверке документов, физических инспекциях и лабораторных исследованиях пищевых продуктов, ввозимых из определенной страны.

Основанная на анализе рисков система таможенного контроля пищевых продуктов включает следующие оперативные компоненты:

- проверка документов всех грузов;
- физические проверки/осмотры, включая при необходимости проверку идентичности продукта;
- отбор проб и лабораторный анализ пищевых продуктов (при необходимости);
- гармонизированные правила для определения типа и периодичности инспектирования;
- механизмы обмена информацией с компетентным органом в стране-экспортере;
- верификация используемых импортерами систем обеспечения качества на их соответствие официальным требованиям.

Важной особенностью оформления импорта в ОАЭ является необходимость получения торговой лицензии (вместе с ней выдается код трейдера). Ее можно оформить в таможене любого эмирата, и она будет действовать на всей территории ОАЭ. Иностранные компании могут либо открыть офис в ОАЭ, либо назначить местного представителя в качестве агента или дистрибьютора для ведения бизнеса на материковой части ОАЭ (то есть, не в свободных экономических зонах³). Сбыт импортных товаров может осуществляться только торговыми агентами — местными компаниями, зарегистрированными в [рее-стре торговых агентов](#) Министерства экономики ОАЭ.

Товары, ввозимые в ОАЭ трейдерами, должны пройти таможенное оформление (если они не импортируются в одну из зон свободной торговли). Очистка осуществляется таможенными брокерами, которые также должны являться гражданами государств Персидского залива.

Требования к сопроводительным документам

К единой таможенной декларации для импорта должны быть приложены оригиналы инвойса и сертификата происхождения (документа, указывающего страну изготовления перемещаемой через границу продукции). Однако при ввозе продуктов питания также потребуются следующие документы:

- упаковочный лист партии;
- накладная или авианакладная;
- заказ на доставку (только в случае контейнерной перевозки);
- сертификат органической продукции (если заявлено на этикетке);
- сертификат об отсутствии в составе ГМО (если заявлено на этикетке).

Когда груз прибывает в порт ввоза, импортер должен доставить партию на место проверки.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с ОАЭ и другими странами ССАГПЗ, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО, которая для продукции кода ТН ВЭД 2201 составляет 5%.

Основные экспортеры минеральной воды в ОАЭ — страны ЕС и Турция — также выходят на рынок по ставке РНБ. Однако ситуация может измениться. В 2021 г. ОАЭ и ССАГПЗ заявили о заинтересованности в заключении соглашений о свободной торговле с рядом стран, включая Турцию. Подписание таких соглашений может привести к снижению ввозных пошлин для этих стран и повлиять на рынок минеральной воды в ОАЭ.

Табл. 11. Ставки ввозной пошлины ОАЭ в отношении минеральной воды, %

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %
2201 10	Воды минеральные и газированные	5
2201 90	Прочие	5

Источник: ITC Market Access Map

Нетарифные барьеры

Несмотря на то, что ОАЭ являются крупным региональным торговым хабом, выход на рынок страны сопряжен с преодолением некоторых препятствий.

Технические требования

Российским экспортерам целесообразно проработать вопрос о необходимости сертификации своей продукции с местной компанией-импортером. В целом технические регламенты и требования ОАЭ соответствуют стандартам Codex Alimentarius, однако отдельные нормы взяты из правил, установленных в ЕС, США, Австралии, Новой Зеландии и других стран.

Требования к маркировке

Наиболее частой проблемой при импорте продукции АПК является несоответствие маркировки, а именно, отсутствие маркировки и/или важной информации на арабском языке (основные правила маркировки пищевых продуктов в ОАЭ регламентируются стандартами GSO 9:2013, GSO 2233:2021 и GSO 2333:2013 — см. раздел 3.3. «Требования к упаковке и маркировке»). Импортеры должны подавать образцы всех этикеток для проверки вместе с первичной заявкой на поставку продукции. С января 2022 г. вступили в силу правила добровольной цветовой маркировки содержания соли, сахара и жиров для расфасованных пищевых продуктов².

² <https://clck.ru/bs8vb>

Различия между эмиратами в законодательстве и регулировании

Между эмиратами существуют некоторые различия в применимом законодательстве и правилах. Хотя все эмираты должны соблюдать таможенные законы ССАГПЗ, каждый из них реализует свою политику регулирования выхода на рынок с собственными процедурами, документами и т.д. Например, Дубай и Абу-Даби используют разные системы электронного таможенного декларирования. Точно так же различаются системы разрешения споров. Эти различия осложняют оформление импорта.

Изменение в деловой среде: компании с полной иностранной собственностью

До недавнего времени, чтобы вести бизнес в ОАЭ за пределами зон свободной торговли, экспортеры должны были обязательно найти местного партнера с гражданством ОАЭ. 1 июня 2021 г. вступили в силу [поправки](#) к федеральному закону «О коммерческих компаниях», которые отменили требование об обязательном участии граждан ОАЭ в компаниях с ограниченной ответственностью и акционерных обществах при получении специального разрешения от властей в соответствующем эмирате. С 30 марта 2021 г. отменено требование о назначении местного агента для регистрации филиала или представительства иностранной компании.

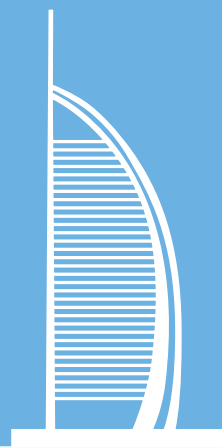


**Организация экспортных
поставок**



5

Содержание



5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-
финансовых операций

5.3.

Форма присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 35. Доставка газированной воды из России в ОАЭ



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

Оптимальным вариантом для перевозки газированных напитков на дальние расстояния являются перевозки в сухих контейнерах. При перевозке поддерживается положительная температура, для чего в зимний период контейнер утепляется дополнительным изоляционным материалом.

Существует несколько логистических путей доставки продукции, требующей температурного режима при перевозке, из России в ОАЭ:

1) Морская перевозка. Этапы и варианты:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту,
 - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

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

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

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

Перевозка в порт отправления может осуществляться в контейнерах автомобильным или железнодорожным транспортом либо в автомобилях (фурах). Вместимость одного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Оптимальная логистическая схема дальнейшей отгрузки товара в контейнерах — три фуры перегружаются в два контейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. Ввиду расположения производств преимущественно на европейской части России, подобные

доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

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

Один 40-футовый контейнер для перевозки сухих грузов вмещает до 28 тонн нетто. Вместимость 20-футового контейнера для перевозки сухих грузов составляет около 16 тонн и ограничена нагрузкой на тару и возможностью штабелирования груза. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России, для доставки тяжелого контейнера потребуются либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволит распределить массу автопоезда без нарушения правил.

Контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к перевозке конкретного продукта (процедура PTI — Pre Trip Inspection).

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

Автомобильная перевозка— склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Оптимальная логистическая схема дальнейшей отгрузки товара в контейнерах — три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. На складах в сезоны пиковых нагрузок (октябрь — март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

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

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

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

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

- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. Также экспортеру необходимо иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения продукции;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств.

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

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

Отправки производятся в основном со станции Селятино в г. Москве. Они осуществляются еженедельно, с тенденцией к увеличению регулярности.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная. Железнодорожной перевозке предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в ОАЭ:

- Абу Даби (Abu Dhabi);
- Джебель Али (Jebel Ali);
- Шарджа (Sharjah).

В связи с санкционной политикой в отношении России судоходными линиями, которые осуществляют перевозки из портов Санкт-Петербург и Новороссийск в указанные порты, являются [MSC](#) и [Hub Shipping](#).

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 12. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Абу-Даби (ABU DHABI)	Джебель Али (JEBEL ALI)	Шарджа (SHARJAH)
Санкт-Петербург	33	35	39
Новороссийск	25	27	27

Сроки и стоимость доставки

Табл. 13. Ориентировочная стоимость комплексной доставки грузов в ОАЭ

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Йошкар-Ола — СПБ — Абу Даби	Автомобиль — судно	40' контейнер	4 500	27	0,17	40-45
Йошкар-Ола — СПБ — Джебель Али	Автомобиль — судно	40' контейнер	4 400	27	0,16	40-45
Йошкар-Ола — СПБ — Шарджа	Автомобиль — судно	40' контейнер	4 500	27	0,17	45-50
Ставрополь — Новороссийск — Абу Даби	Автомобиль — судно	40' контейнер	6 110	27	0,23	30-35

Продолжение табл. 13.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Ставрополь — Новороссийск — Джебель Али	Автомобиль — судно	40' контейнер	5 910	27	0,22	35-40
Ставрополь — Новороссийск — Шарджа	Автомобиль — судно	40' контейнер	6 110	27	0,23	35-40
Краснодар — Новороссийск — Абу Даби	Автомобиль — судно	40' контейнер	5 540	27	0,21	30-35
Краснодар — Новороссийск — Джебель Али	Автомобиль — судно	40' контейнер	5 340	27	0,43	35-40
Краснодар — Новороссийск — Шарджа	Автомобиль — судно	40' контейнер	5 540	27	0,21	35-40

Примечание. С учетом указанной географии мест происхождения товара, транспортировка через порт Владивосток экономически не эффективна. Указаны действующие на 16 ноября 2023 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, таможенное оформление, внутривозное экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения и др. Ставки рассчитаны по курсу 89,46 руб. за 1 долл. США.

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

Таможня

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

- международный контракт;

- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

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

Возможные контрагенты

1) Комплексные логистические провайдеры (с возможностью предоставления склада хранения и отправки продукции через порты России):

- [ООО «Суперкарго»](#);
- [ГК «Галеас»](#).

2) Железнодорожные операторы:

- [ООО «РЖД Логистика»](#).

3) Сюрвейерские компании:

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

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

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

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

- международный контракт;

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

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

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

- e) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания груза или тушения пожара;
- f) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- j) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- k) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) кража, грабеж и/или разбой.

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

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

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные

действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Многие страны ССАГПЗ могут приостанавливать приемку грузов в одностороннем порядке с целью поддержания внутренней цены отечественных производителей.

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

- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

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

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютных операций при экспорте

Дирхам — официальная валюта ОАЭ, чей курс привязан к доллару США в соотношении 3,6725 дирхама за 1 доллар США. Дирхам ОАЭ — свободно конвертируемая валюта. Валютные ограничения отсутствуют в ОАЭ. Деятельность эмиратских и международных банков, подконтрольна Центральному банку ОАЭ. Все лицензированные банки предлагают международные денежные переводы в ОАЭ.

Для осуществления операций в дирхамах ОАЭ владелец корпоративного или личного счета в банке ОАЭ должен указать в контракте указанную валюту в качестве платежного средства. Проведение взаиморасчетов в дирхамах ОАЭ требует, чтобы контрагент также имел текущий счет в этой валюте.

Резиденты и нерезиденты имеют право иметь банковские счета в ОАЭ или за рубежом в дирхамах или в иностранной валюте. Личный счет в ОАЭ может быть открыт физическим лицом, имеющим статус резидента страны. Корпо-

ративный счет может быть открыт юридическим лицом, зарегистрированным в ОАЭ. В случае иностранной компании должно быть открыто представительство, филиал или дочерняя компания в ОАЭ.

Процедура открытия банковского счета предполагает подачу документов с личной информацией и подтверждением платежеспособности в банк. Обмен иностранной валюты осуществляется в лицензированных обменных пунктах и банках, для чего требуется предъявление идентифицирующего документа.

Основные документы, необходимые при осуществлении валютных операций

К основным документам, необходимым экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в ОАЭ, относятся:

- 1) *Инвойс* от экспортера, адресованный импортеру, с подробным указанием количества, описания товара и общей стоимости каждого импортируемого товара.
- 2) *Сертификат* происхождения с указанием страны происхождения, удостоверенный торговой палатой страны происхождения.
- 3) *Упаковочный лист* с указанием веса, способа упаковки и кода товарной номенклатуры для каждого товара.
- 4) *Разрешение на импорт* от компетентных органов в случае импорта товаров с ограниченным доступом или товаров, освобожденных от пошлин.
- 5) *Транспортная накладная* или *авианакладная*.

Для всех пищевых продуктов, в дополнение к вышеперечисленным, необходимы следующие сертификаты:

- 6) *Оригинал санитарного сертификата*, выданного соответствующим государственным органом страны-экспортера, подтверждающего пригодность продукта к употреблению в пищу.

Особенности практик применения взаиморасчетов

Аккредитивы широко используются в международной торговле в ОАЭ. Наиболее часто используемые типы включают аккредитив с отложенным платежом,

аккредитив на условиях платежа по предъявлению документов, а также револьверный аккредитив. Согласно Закону о коммерческих сделках ОАЭ, в отсутствие каких-либо четких указаний аккредитив считается безотзывным в отличие от международных стандартов.

Чеки являются важным платежным инструментом в ОАЭ для сделок на крупные суммы. Возврат банком чека без оплаты ввиду отсутствия средств на счету клиента, который его выписал, считается уголовным преступлением и может быть наказан тюремным заключением.

Электронный перевод средств также широко используется в ОАЭ. Центральный банк ОАЭ управляет Системой перевода средств ОАЭ (UAEFT) — системой расчетов в режиме реального времени. В ОАЭ также действует система международных номеров банковских счетов (IBAN).

Кредитные карты VISA, MasterCard, UnionPay широко принимаются предприятиями и государственными службами ОАЭ. С 11 марта 2022 г. прием карт МИР приостановлен в ОАЭ. Развиваются проекты в области цифровых платежей: Etisalat Wallet, Beam Wallet, Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay.

Возможные банки для осуществления валютных операций

Среди крупных и надежных банков ОАЭ можно отметить следующие:

Банк	Описание	Сайт
First Abu Dhabi Bank (FAB)	Крупнейший банк ОАЭ, образован в 2017 г. в результате слияния First Gulf Bank и National Bank of Abu Dhabi.	www.bankfab.com
Emirates NBD	Второй крупнейший банк ОАЭ, основанный в 1963 г. Материнская компания банков DenizBank (Турция) и Emirates NBD Egypt.	www.emiratesnbd.com
ADCB	Основан в 1985 г., банк располагает 53 филиалами, количество клиентов — более 1 млн.	www.adcb.com
RAKBANK	Основан в 1976 г., контрольный пакет акций принадлежит правительству эмирата Рас-Аль-Хайма	https://rakbank.ae
National Bank of Fujairah (NBF)	Основан в 1982 г., среди ключевых владельцев — правительство эмирата Эль-Фуджайра и Инвестиционная корпорация Дубая	www.nbf.ae

Риски при взаиморасчетах с целевой страной

В целом, ОАЭ утвердили свою репутацию в качестве одного из ведущих и наиболее открытых коммерческих центров на Ближнем Востоке. Тем не менее, при реализации расчетов с контрагентами из ОАЭ российским компаниям необходимо учесть некоторые риски и особенности коммерческого присутствия на данном рынке: возможные задержки платежей, непрозрачные процессы проведения тендерных закупок, сложные правила расторжения соглашений с коммерческим агентом, а также длительные и обременительные процессы разрешения коммерческих споров.

Так, ключевым риском при взаиморасчетах с контрагентами из ОАЭ является несвоевременное получение платежей, особенно при контрактации в государственном секторе экономики. В отдельных случаях кредиторская задолженность перед поставщиками может длиться месяцами. Также в ОАЭ встречаются недобросовестные контрагенты, использующие серые схемы или прибегающие к прямому мошенничеству, направленному на иностранные компании, особенно малые и средние предприятия. В этой связи российским компаниям рекомендуется в обязательном порядке проводить тщательную и комплексную проверку контрагентов перед контрактацией, а также продумывать условия оплаты с использованием инструментов торгового финансирования, либо настаивать на схеме с получением предоплаты для избежания риска несвоевременной оплаты.

5.3. Формы присутствия на рынке

Благодаря стратегическому местоположению и открытой торговой политике, ОАЭ позволяют выйти на крупные рынки Юго-Восточной Азии и стран Персидского залива, а также предлагают экспортерам налоговые льготы (НДС 5%), отсутствие валютного контроля, программы поддержки малого и среднего бизнеса³. Для иностранных инвесторов наиболее привлекательными условиями являются отсутствие налога на прибыль и возможность регистрации компании на выгодных условиях в СЭЗ.

Регистрируемые в ОАЭ компании делятся на местные (могут осуществлять деятельность на территории эмиратов), компании свободных зон и офшорные (подходит для холдинговых структур).

³ Руководство [Expanding Your Business and Entering the UAE Market](#), подготовленное консалтинговой компанией Flyingcolor Consulting.

Местная компания

При открытии бизнеса в ОАЭ доступны различные варианты, включая полное иностранное владение⁴.

Самой популярной организационно-правовой формой является общество с ограниченной ответственностью (LLC). Участники общества не несут личной имущественной ответственности по обязательствам компании и отвечают по ним лишь в пределах внесенного вклада. Число участников — от 2 до 50. Требования к минимальному размеру уставного капитала законодательно не установлены — участники вправе определять его самостоятельно при условии достаточности для реализации целей общества (в зависимости от вида хозяйственной деятельности регулирующие органы могут потребовать оплаты определенного минимального уставного капитала).

За выдачу лицензий, а также за классификацию и регулирование видов экономической деятельности, в которых может участвовать компания LLC, отвечает Департамент экономического развития эмирата Дубай ([Dubai Economy](#)).

Другие формы коммерческих структур, предусмотренные Законом № 2 от 2015 г. «[О коммерческих компаниях](#)»:

- генеральное партнерство (General Partnership);
- ограниченное партнерство (Limited Partnership);
- открытое акционерное общество (Private Joint Stock Company);
- закрытое акционерное общество (Public Joint Stock Company).

Компания свободной зоны

В ОАЭ существует около 40 СЭЗ, в которых возможна регистрация юридических лиц в соответствии с законодательством свободных зон. Регистрировать компанию в СЭЗ рекомендуется, если инвестор хочет импортировать товары и хранить продукцию на складе, а также осуществлять реэкспорт из ОАЭ. Основные преимущества такой компании:

- возможность регистрации компании со 100% иностранным участием⁵;
- отсутствие требований в отношении резидентства директоров и акционеров;

⁴ [Федеральный указ-закон № 26 от 2020 г. «О внесении изменений в Закон № 2 от 2015 г. «О коммерческих компаниях».](#)

⁵ [Федеральный закон № 19 от 2018 г. «О прямых иностранных инвестициях»](#)

- отсутствие таможенных пошлин на реэкспортируемые товары;
- отсутствие корпоративного налогообложения предприятий;
- конфиденциальность информации о структуре компаний.

Одной из самых популярных экономических зон является Рас-аль-Хайма (Ras Al Khaimah Economic Zone, RAKEZ), которая была создана в результате объединения экономических зон RAK Free Trade Zone и RAK Investment Authority.

В свободных зонах ОАЭ можно зарегистрировать следующие виды компаний:

- **Free Zone Establishment (FZE)** — оншорная компания с одним акционером, отдельное юридическое лицо, резидент ОАЭ.
- **Free Zone Company (FZ-LLC)** — оншорная компания с несколькими акционерами, отдельное юридическое лицо, резидент ОАЭ.
- **Филиал компании** — дочерняя структура, которая является частью материнской компании, резидент ОАЭ.
- **Оффшорная компания** — отдельное юридическое лицо, которое не является резидентом ОАЭ, но может вести бизнес за пределами своей юрисдикции.

Любая фирма, которая проходит регистрацию в свободной зоне ОАЭ должна получить лицензию на определенную деятельность. Во многих СЭЗ компании, занятые в сфере торговли, имеют право работать исключительно согласно лицензии. Поэтому при выборе СЭЗ следует тщательно изучить применимое законодательство.

Как правило, компании в свободных зонах регистрируют те, кто планирует работать на внешних рынках. Для работы на внутреннем рынке ОАЭ и стран ССА-ГПЗ лучше зарегистрировать компанию на основной территории ОАЭ⁶.

Регистрация компании в ОАЭ

Процедура регистрации компании в ОАЭ занимает 8–12 недель и состоит из следующих шагов:

- 1) Определение наименования, структуры и вида деятельности компании.
- 2) Подготовка и подача документов для включения в реестр.

⁶ <https://clck.ru/bvoUK>

- 3) Прохождение регистрации.
- 4) Подготовка учредительных документов.
- 5) Получение лицензии в Отделе лицензирования Департамента экономического развития (Department of Economic Development) соответствующего эмирата.

Формы присутствия иностранной компании на рынке ОАЭ

Для выхода на рынок ОАЭ иностранная компания может открыть филиал или представительство, а также организовать поставки через дистрибьютора или агента.

Филиал полностью принадлежит материнской компании и не рассматривается как отдельное юридическое лицо. Соответственно, нет требований к минимальному размеру уставного капитала и долевого участию местного капитала. Филиал может вести в ОАЭ коммерческую деятельность исключительно в рамках направлений деятельности материнской компании. Компаниям, зарегистрированным в СЭЗ Дубая, разрешается создавать филиалы на остальной территории эмирата при условии получения соответствующей лицензии от Департамента экономического развития и по согласованию с Министерством экономики ОАЭ.

Для открытия филиала необходимо пройти регистрацию и получить лицензию на имя иностранной компании. Также требуются гарантия местного банка или международного банка с филиалом в ОАЭ в размере 50 тыс. дирхамов (14 тыс. долл. США) и предоставление аудированной финансовой отчетности последних двух лет.

Представительство иностранной компании может осуществлять определенные виды деятельности, такие как маркетинг, промоакции, брендинг. Представительству не разрешается проводить коммерческие операции или продавать свою продукцию. Для открытия представительства необходимо пройти регистрацию и получить лицензию на имя иностранной компании. Требования к капитализации представительства не предъявляются.

Для тестирования рынка иностранная компания может назначить **местного коммерческого агента**⁷. Это решение поможет сократить первоначальные вложения и наладить деловые отношения в ОАЭ. С местным агентом заключается договор коммерческого представительства. Этот договор может быть зарегистрирован в Министерстве экономики ОАЭ для того, чтобы гарантировать

⁷ [Федеральный закон № 18 от 1981 г. «О коммерческом посредничестве»](#)

исключительное право агента и вознаграждение, в т.ч. в случае расторжения договора.

Еще одна стратегия выхода на рынок ОАЭ — сотрудничество с **местными дистрибьюторами**. Привлечение дистрибьюторов, поставщиков, оптовиков, онлайн-продавцов и розничных торговцев для реализации продукции на локальных рынках позволяет обойтись без регистрации юридического лица, но успех бизнеса во многом зависит от качества их работы. Следует отметить, что расторжение контракта с неработающим агентом или дистрибьютором — чрезвычайно сложный процесс, поэтому важно правильно составить контракт.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

В ОАЭ вопросами охраны прав на интеллектуальную собственность, включая регистрацию ее объектов, занимается Министерство экономики. Действующим законодательством признаются национальные права на патенты, авторские права и товарные знаки. Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием ОАЭ в международных организациях и конвенциях:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Договор о патентной кооперации;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков;
- Всемирная торговая организация (ВТО);
- Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;
- Римская конвенция об охране прав артистов-исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций;
- Договор ВОИС по авторскому праву.

Национальное законодательство в области прав интеллектуальной собственности включает следующие акты:

- [Федеральный закон № 36 от 2021 г. «О товарных знаках»](#);
- [Федеральный закон № 11 от 2021 г. «О защите индустриальной собственности»](#);

- Федеральный закон № 7 от 2002 г. «Об авторском праве и смежных правах»;
- [Федеральный закон № 19 от 2016 г. «О борьбе с коммерческим мошенничеством»](#).

Регистрация товарного знака

Для регистрации товарного знака в ОАЭ следует заполнить электронную заявку на сайте [Министерства экономики ОАЭ](#). Процедура длится от полугода до двух лет, включая этап экспертизы. Зарегистрировать товарный знак может как юридическое, так и физическое лицо. Для этого потребуются следующие документы:

- заполненная заявка на регистрацию товарного знака с информацией о заявителе;
- изображение знака в печатном или электронном виде;
- заверенный перевод на арабский;
- копии документов, подтверждающих право на ведение бизнеса в стране;
- оформленная в консульстве ОАЭ доверенность на проведение регистрации.

После предварительной проверки и экспертизы заявка публикуется для подачи возражений третьих лиц (в течение 30 дней) и разрешения противоречий заявителем (также в течение 30 дней). После этого выдается свидетельство о регистрации. Товарный знак регистрируется сроком на 10 лет с возможностью продления исключительных прав.

Следует учесть, что в регистрации товарного знака может быть отказано, если в ходе экспертизы обнаружится идентичный знак, поэтому предварительно следует проверить совпадения в национальной базе данных. Также в стране существуют ограничения на дизайн логотипов в силу национальных традиций, например, невозможно зарегистрировать обозначения с намеком на свинину или алкоголь.

Правовая охрана товарного знака

Действующее законодательство⁸ предусматривает строгие санкции за контрафактные товары — от штрафа в размере до 1 млн дирхамов до лишения свободы на срок до двух лет — и широкую защиту нарушенных прав правообладателей в случае мошенничества в отношении товаров, работ и услуг, предлагаемых на всей территории ОАЭ, в том числе компаниями СЭЗ.

Жалоба о нарушении права на товарный знак (при условии регистрации в ОАЭ) может быть подана в Министерство экономики ОАЭ, Управление по борьбе с экономическими преступлениями, местные таможенные органы или в суд (срок исковой давности — 15 лет с момента нарушения). Основные средства правовой защиты включают изъятие и уничтожение контрафактных товаров, судебный запрет деятельности, наложение штрафа, оплату расходов и возмещение ущерба. Размер ущерба определяется исходя из прямых убытков и/или упущенной выгоды.

Дополнительную информацию о защите прав интеллектуальной собственности в ОАЭ можно получить на сайте [Министерства экономики ОАЭ](#). Следует отметить, что [законодательство ССАГПЗ о товарных знаках](#) предусматривает единообразную практику обеспечения соблюдения прав на товарные знаки на всей территории стран Совета, но не предлагает единой системы регистрации. Так, регистрация товарного знака в нескольких странах ССАГПЗ требует подачи нескольких национальных заявок. Размеры регистрационных сборов в этих странах также различаются.

Доменное имя

Владеть доменным именем в ОАЭ может как физическое, так и юридическое лицо. Доменные имена регистрируются у регулятора домена «.ae» (.ae Domain Administration, .aeDA). В регионе закреплены два доменных имени верхнего уровня с именем страны (ccTLD): .ae и [السن عرديّة](#). Регистрация доменного имени защищает право собственности и может быть использована в качестве доказательства первой даты использования товарного знака или создания иных охраняемых объектов интеллектуальной собственности, например, размещения материалов.

Большинство споров, касающихся прав собственности, передаются на рассмотрение ВОИС в соответствии с единой политикой разрешения доменных споров (Uniform Dispute Resolution Policy). На национальном уровне регулированием доменных имен занимаются отделы полиции по борьбе с киберпреступлениями и департаменты экономики (на уровне эмиратов), а также Управление по регулированию телекоммуникационного сектора (Telecommunications Regulatory Authority).

⁸ Официальный ресурс законодательства ОАЭ — [законодательный портал Министерства юстиции ОАЭ](#).

Продвижение продукции



6

Содержание



6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Построение долгосрочных деловых связей

Учитывая особенности деловой культуры в ОАЭ, рекомендуется ориентироваться на построение долгосрочных деловых связей и заключать договоры на длительный период времени. Импортеры, как правило, предпочитают работать с проверенными временем участниками рынка, поэтому ключевым фактором успеха — установление партнерских отношений. Для этого могут потребоваться достаточно длительные переговоры, личные встречи и детальное обсуждение всех условий поставки продукции. Важно помнить, что такие факторы как цена, качество и надежность являются основополагающими для ведения бизнеса в ОАЭ.

Ценовая диверсификация

При планировании поставок в ОАЭ важно определиться с целевым рынком — будут ли это экспаты с высоким уровнем дохода, туристы и состоятельные эмиратцы, либо продукция рассчитана на массового потребителя. Ритейлеры предлагают недорогие бренды в тех районах, где живет население с низкими доходами, и премиальные бренды — в остальных торговых точках, где представлен широкий ассортимент газированной воды местного производства, а также минеральных и газированных вод зарубежных брендов. Для премиальной продукции основной канал продаж — сектор общественного питания.

Стильный и современный бренд

По мере развития информационного общества потребителей все больше привлекает внешний вид и бренд продукции. Упаковка подчеркивает характер продукта: при производстве негазированной воды стеклянные бутылки обычно используются для создания имиджа премиум-класса, в то время как ПЭТ-бутылки остаются стандартом. Упаковка является способом дифференциации и повышения узнаваемости продукции. Производители газированной и негазированной воды используют инновации в упаковке, чтобы придать своим брендам уникальный внешний вид и выделиться на фоне конкурентов. Например, компания Zulal Water, выпустившая уменьшенную ПЭТ-бутылку в форме капли, или National Food Products, которая представила пригодную для вторичной переработки упаковку Tetra Pak. Этот аспект, наряду с национальными и религиозными традициями, необходимо учитывать при планировании продвижения существующей продукции или вывода новых продуктов на рынок ОАЭ.

Стандарты качества

Экспортер должен быть осторожен в выборе правильных стандартов качества для выбранного сегмента или сегментов, в которых планируется работа. Необ-

ходимо придерживаться этих стандартов и следить за их поддержанием в будущем. Несоблюдение согласованных стандартов и условий может подорвать репутацию компании и положение на рынке.

Участие в крупных выставках

ОАЭ является крупным международным центром, в котором проводятся торговые мероприятия мирового уровня. Производителям и экспортерам полезно участвовать в отраслевых выставках для продвижения своей продукции, налаживания контактов и партнерства, что может помочь выходу на рынки других стран Персидского залива и Ближнего Востока.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Gulfood 2024 Ежегодная выставка пищевой промышленности и производства напитков www.gulfood.com	Дубай Dubai World Trade Centre (DWTC)	19-23.02.2024
Private Label and Licensing Middle East Выставка, позволяющая владельцам частных брендов наладить связи с дистрибьюторами и ритейлерами www.prime-expo.com	Дубай Dubai World Trade Centre (DWTC)	24-26.09.2024
Middle Eastern Drinks Summit Международная выставка и конференция, объединяющая производителей, импортеров и дистрибьютеров напитков. https://goo.su/MEP14X	Абу-Даби Место проведения уточняется	18-19.11.2024
Abu Dhabi International Food Exhibition 2024 Международная выставка пищевой промышленности, производства напитков и гостеприимства https://adife.com	Абу-Даби Abu Dhabi National Exhibitions Centre (ADNEC)	26-28.11.2024

Особые экономические зоны



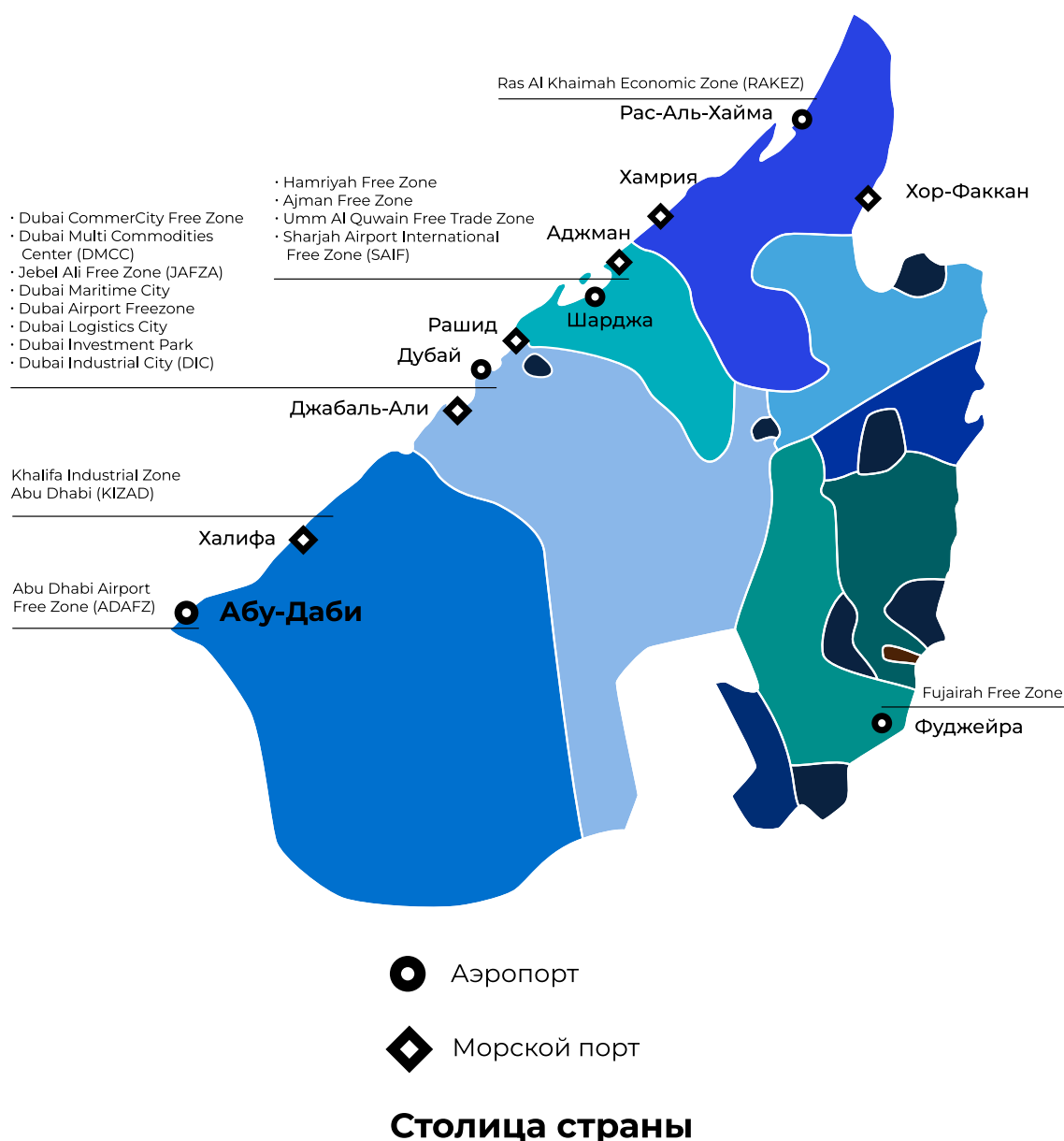


В ОАЭ насчитывается [более 40 свободных экономических зон](#) (Free Zones, СЭЗ), большинство из которых расположено в финансово-экономическом центре страны — эмирате Дубай. Именно здесь, в крупнейшем на Ближнем Востоке порту Джебель-Али, в 1985 г. была открыта первая в ОАЭ СЭЗ — JAFZA. Правительство эмирата предпринимало активные усилия по привлечению международных компаний в целях создания в порту регионального центра торговли и логистического хаба. Благодаря выгодным условиям СЭЗ и ее географическому положению за прошедшие десятилетия в ней зарегистрировались несколько тысяч иностранных компаний, производителей, трейдеров и экспортеров, и JAFZA вошла в число крупнейших свободных экономических зон в мире. После успеха Джебель-Али началось создание аналогичных зон по всей стране, и сегодня они имеются в каждом эмирате.

Официально в ОАЭ существует не менее 18 видов СЭЗ в зависимости от основной специализации зарегистрированных в них компаний, в том числе финансовые (Financial Hub), торгово-логистические (Trade and Logistics) и портовые (Maritime Services), а также зоны торговли сырьевыми товарами (Commodity Trade). Учет, классификацию и общую координацию деятельности СЭЗ в эмиратах осуществляет Министерство экономики ОАЭ. При этом единое законодательство по вопросу функционирования зон всех видов отсутствует, в каждой СЭЗ действуют собственная администрация и собственные положения по регулированию экономической деятельности, требования к уставному капиталу, числу директоров, аудиту, отчетности и прочим особенностям работы компаний.



Особые экономические зоны



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

В процессе регистрации в СЭЗ иностранной компании необходимо приобрести соответствующую лицензию, стоимость которой зависит от количества видов деятельности предприятия. Каждая СЭЗ имеет определенный набор разрешенных видов деятельности и устанавливает ограничения на их количество в рамках одной лицензии. Кроме того, при размещении в СЭЗ иностранная компания может вести свою деятельность в ОАЭ только внутри СЭЗ, в которой зарегистрирована, в то время как для работы на остальной территории эмирата потребуются посредничество местного дистрибьютора. При этом компаниям разрешено взаимодействовать с предприятиями из других СЭЗ, например,

оказывать маркетинговые, консалтинговые и другие услуги, однако физически выходить за пределы своей зоны (например, арендовать офис) они не имеют права.

В СЭЗ ОАЭ иностранным компаниям предоставляются следующие преференции:

- 100% иностранная собственность предприятия (нет необходимости в привлечении местных партнеров);
- неограниченная репатриация капитала и прибыли;
- ускоренная и упрощенная процедура регистрации бизнеса;
- полное освобождение от корпоративного и подоходного налогов;
- полное освобождение от уплаты таможенных пошлин при экспорте и импорте;
- отдельное законодательство и собственные правила на территории СЭЗ;
- современная инфраструктура и дополнительные выгодные условия для конкретных секторов специализации.

Из функционирующих в настоящее время СЭЗ значительная часть специализируется на развитии современных информационных технологий, средств массовой информации и науки. Российским экспортерам агропромышленной продукции целесообразно обратить внимание на следующие СЭЗ.

Dubai Multi Commodities Centre (DMCC)

СЭЗ расположена в новом Дубае в непосредственной близости от аэропорта, морского порта Джабаль-Али и комплекса Expo 2020, с которыми связана маршрутами метро и автобусов. Создана как площадка торговли сырьевыми товарами в рамках реализуемой правительством стратегии превращения Дубая в глобальный центр торговли сельскохозяйственной продукцией. Оказывает услуги по хранению, обработке и упаковке различных видов агропродукции, располагает собственными складскими помещениями, в том числе имеются специализированные хранилища с температурным контролем. Резидентами СЭЗ являются компании, торгующие чаем, кофе, зерном и прочими товарами.

Jebel Ali Free Zone (JAFZA)

Одна из самых больших особых экономических зон в мире, на долю которой приходится около 24% от общего потока прямых иностранных инвестиций в Дубай, расположенная в крупнейшем логистическом центре, обеспечивающем доступ к ключевым рынкам Ближнего Востока и Северной Африки и прямое морское сообщение со 150 портами по всему миру. В СЭЗ зарегистрированы более 9 500 компаний с общим годовым оборотом свыше 100 млрд долл. США. Имеет собственный контейнерный терминал, канал ускоренного таможенного оформления грузов, склады, а также один из крупнейших в регионе сельско-

хозяйственных кластеров. Сектор продуктов питания, животноводства и сельского хозяйства в СЭЗ объединяет свыше 560 компаний из более чем 70 стран на территории в 1,6 млн м². Отдельно расположен сектор товаров повседневного спроса, крупнейшими поставщиками которых через порт Джабаль-Али являются Китай, Индия, США и Вьетнам.

Hamriyah Free Zone (HFZA)

Основана в 1995 г. и расположена в Шардже — единственном эмирате, имеющем порты и на западном и восточном побережьях Персидского залива с прямым выходом к Индийскому океану. На территории СЭЗ работает около 6,5 тыс. промышленных и логистических компаний из более чем 160 стран. Производители продуктов питания сосредоточены в отдельном секторе Food Park с мощностями для производства упаковки, складскими помещениями, административными и офисными помещениями, занимающими площадь в 3,4 млн м². СЭЗ предоставляет дополнительные услуги по взаимодействию с администрацией Шарджи и другими государственными органами, проведению лабораторных исследований продуктов питания, установлению контактов с местными инвесторами и экспертами в области производства продуктов питания, предоставляет помощь в организации логистики и дистрибуции, оказывает консультационные и сертификационные услуги.

Khalifa Port Free Trade Zone (KPFTZ)

Одна из наиболее современных зон, созданная в 2016 г. на территории эмирата Абу-Даби недалеко от порта Халифа и управляемая крупнейшим оператором СЭЗ в ОАЭ — KEZAD Group. Расположение СЭЗ вблизи крупнейших аэропортов страны, а также интермодальная инфраструктура, связывающая морские, воздушные, автомобильные и железнодорожные пути, обеспечивают зарегистрированным компаниям удобный доступ к рынкам в разных регионах мира. К преимуществам СЭЗ по сравнению с прочими зонами в ОАЭ помимо менее загруженного порта относятся наличие более современных модульных складских помещений, оборудованных передовым холодильным оборудованием, и эффективная система управления отходами. Кроме того, управляющая компания, заявляющая своей целью диверсификацию экономики Абу-Даби, придает особое значение развитию фудтех-сегмента и сельскохозяйственных технологий, предоставляя компаниям, занятым в этом секторе, соответствующую инфраструктуру.

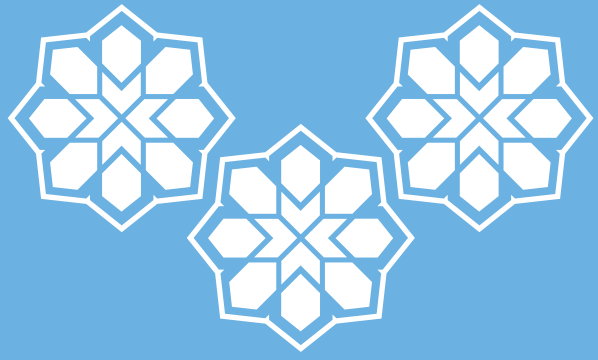
Международная торговля также является специализацией следующих СЭЗ:

- [Fujairah Free Zone \(Эль-Фуджайра\)](#);
- [Ajman Free Zone \(Аджман\)](#);
- [Dubai Maritime City \(Дубай\)](#);
- [Ras Al Khaimah Free Trade Zone \(Рас-Аль-Хайма\)](#).

Особенности деловой культуры

8

A black and white photograph of a glass bottle with water splashing out of its opening. The water is captured in mid-air, creating a dense spray of droplets and bubbles. A large, white, stylized number '8' is overlaid on the lower half of the image, partially obscuring the bottle and the water. The background is dark, making the white water and the number stand out.



Принимая решение о ведении бизнеса в ОАЭ, важно помнить о том, что это мусульманская страна. Религия здесь играет важную роль в формировании обычаев и этикета. Во всех сферах жизни эмиратцы руководствуются нормами ислама, и с этим придется считаться. Например, мусульманин выходит на молитву пять раз в сутки, и, если время молитвы совпадет с переговорами, вам придется подождать.

В арабских компаниях практикуется четкая иерархия. Обычно один человек в компании, владелец или глава семьи, принимает все ключевые решения и обладает всеми правами. При этом все деловые отношения строятся на доверии и уважении.

Планирование встречи

Договариваться о встрече с партнерами следует лично или по телефону. Договоренность по электронной почте не считается официальной. Встречи назначаются не более чем за две недели и подтверждаются за пару дней до назначенной даты. Рабочая неделя длится с воскресенья по четверг. Выходные дни — пятница и суббота. И хотя встречи не всегда начинаются вовремя, постарайтесь не опаздывать и будьте терпеливы.

Этикет приветствия

При приветствии и знакомстве арабы жмут руку. Первым всегда приветствуют хозяина или старшего по возрасту. Следует помнить, что левая рука в Эмиратах считается «нечистой». Поэтому для рукопожатия, обмена визитными карточками и других действий следует использовать исключительно правую руку. Этим вы подчеркиваете свои добрые намерения. Знакомые мужчины, как правило, похлопывают друг друга по спине, прикасаются щеками, могут обменяться поцелуями. Но ни в коем случае так не приветствуют женщину. Мужчина может ответить на рукопожатие, только если женщина подаст руку первой. Принятая форма обращения — «саид» (господин) или «саида» (госпожа) перед фамилией собеседника.

Стиль одежды

Деловой костюм — неотъемлемая часть бизнес-этикета в ОАЭ. Причем женщины совершенно свободно могут носить строгий брючный костюм или легкие платья. Главное правило для деловых женщин при выборе одежды — избегать открытых рук до локтя, открытых ног выше колена, а также глубоких декольте. На деловую встречу и официальные мероприятия мужчины должны надевать рубашку с длинным рукавом и галстук. В обычные дни для работы в офисе мужчины выбирают рубашки с коротким рукавом, костюмы или брюки из легкой ткани (без пиджака).

Подарки

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

Визитные карточки

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

Деловое общение

ОАЭ — это страна, где успех бизнеса напрямую зависит от установления прочных, доверительных взаимоотношений. Для выхода на этот рынок важна специальная отдельная работа над выстраиванием деловых связей, приобретением доверия, установлением длительного личного контакта с эмиратскими партнерами. Для этого нужно время, терпение, профессионализм и навыки эффективного общения. Важно иметь в виду, что наладить эффективные деловые отношения в ОАЭ нельзя только с помощью звонков и электронной почты. Необходимы поездки в страну, деловые встречи, а также общение в неформальной обстановке.

Деловая встреча, как правило, начинается с приветствия. Арабских коллег уместно приветствовать словами «ас-саляму алейкум» («мир вам»), на что отвечают «ва-аляйкум ас-салям» («и вам мир»). Также принято спрашивать о здоровье и благополучии семьи.

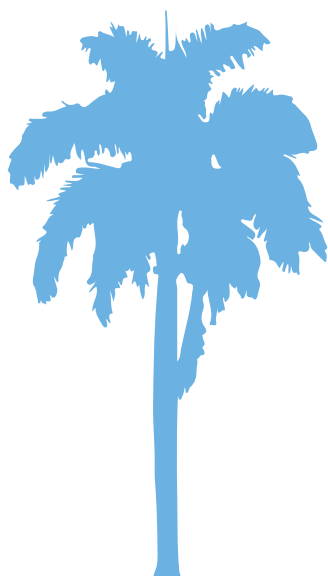
Вести переговоры нужно максимально открыто. Очень важно выстраивание доверительных отношений. Не удивляйтесь, если деловой партнер напрямую изложит все цифры о доходах или планируемой прибыли. Всегда приглашайте с собой на переговоры личного переводчика. Этим вы подчеркнете серьезность намерений и сможете в полной мере оценить предложение партнера.

На встречах обычно предлагают напитки — чай или кофе. Не следует отказываться, так как это могут счесть невежливым.

При планировании деловых поездок в ОАЭ рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни. С 1 января 2022 г. выходные дни в ОАЭ — суббота и воскресенье, пятница — короткий день.

Табл. 14. Государственные праздники ОАЭ в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Ид-аль-Фитр (Праздник прекращения поста)	8-12 апреля
День Арафат (День паломничества к священной горе Арафат)	15 июня
Ид аль-Адха (Праздник жертвоприношения)	16-18 июня
Исламский Новый год (Хиджри)	7 июля
День рождения пророка Мухаммеда (Мавлид)	15 сентября
День памяти мучеников	1 декабря
Национальный день ОАЭ	2-3 декабря



Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Развитые политические и экономические связи ОАЭ и России

ОАЭ и Россия поддерживают дружественные двусторонние политические отношения, деятельность несколько тысяч компаний в ОАЭ напрямую связана с Россией. Товарооборот между странами растет высокими темпами, несмотря на геополитическую неопределенность. Сельское хозяйство является перспективным направлением сотрудничества, между странами активно развивается авиационное и морское транспортное сообщение. В 2023 г. в ходе 15-го саммита БРИКС ОАЭ приняли приглашение России и других стран-членов присоединиться к организации с 1 января 2024 г. в качестве полноправного участника, что свидетельствует о высоком уровне взаимодействия между государствами.

Устойчивый спрос на газированную воду

Экономика ОАЭ успешно развивается. В стране растет уровень благосостояния населения. Продолжается демографический рост и приток мигрантов из стран Южной и Юго-Восточной Азии. Приток экспатов из европейских стран, в том числе из России увеличивает спрос на минеральные и газированные воды. Растущая популярность западных диет и здорового образа жизни также является благоприятным фактором. Увеличение количества ресторанов европейской кухни также способствует росту потребления минеральной и газированной воды. Вышеперечисленные факторы способствуют восстановлению уровня потребления минеральной и газированной воды до доковидных показателей.

Потенциал электронной коммерции

В ОАЭ бурно развивается сектор электронной коммерции. Крупные розничные сети, такие как Carrefour, внедряют интернет-магазины и приложения в свои экосистемы. Стоит отметить, что на крупных маркетплейсах, таких как Amazon, Noon и др. присутствует продукция российских производителей, в частности «Нарзан», «Легенда Байкала» и др. Такие площадки представляют больше возможностей российским производителям для продвижения собственной продукции.

Перспективы реэкспорта

Значительное количество свободных экономических зон и развитая инфраструктура ОАЭ делают страну выгодным центром для реэкспорта продукции в другие страны Ближнего Востока. В особенности перспективным выглядит установление партнерских отношений с крупными розничными сетями, типа Lulu, работающими в соседних странах Персидского Залива.

Растущая российская диаспора

Увеличившаяся за последние несколько лет российская диаспора в ОАЭ представляет новые возможности для отечественных экспортеров минеральных и газированных вод. Представители российской диаспоры являются не только конечным потребителем, но и своего рода популяризатором российской продукции. В частности, перспективным выглядит выстраивание партнерских отношений с бизнесами в секторе HORECA, которыми владеют россияне.

9.2. Риски

Ограниченный рынок и значительное внутреннее производство

Рынок минеральной и газированной воды в ОАЭ ограничен. Потребление этих напитков значительно уступает потреблению негазированной очищенной воды. Стоит также отметить, что подавляющий объем очищенной воды производится местными компаниями, которые активно осваивают и рынок газированной и минеральной воды.

Высококонкурентная среда

На рынке ОАЭ присутствуют всемирно известные бренды, типа Evian, Perrier, S.Pellegrino и Fiji, а также ряд брендов из Норвегии и Турции. В то же время российские бренды не обладают значительной узнаваемостью. Подобное положение вещей может потребовать существенных затрат на продвижение от российских поставщиков.



Карта действий экспортера



10



Этап I — Подготовка к экспорту

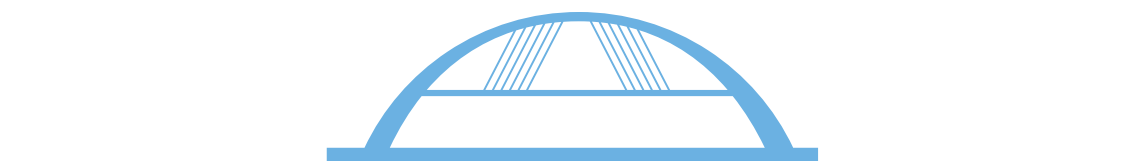
- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами)
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок/рынки.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и 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 газированной воды в ОАЭ

- 1) Выберите партнера/агента в ОАЭ. Окончательный выбор рекомендуется делать по результатам проверки потенциальных партнеров.
- 2) Проведите сертификацию продукции, включая следующие шаги:
 - Исследование образцов продукции в аккредитованной лаборатории в России для определения ее соответствия требованиям ОАЭ к качеству и безопасности (сертификат анализа должен быть оформлен на арабском и английском языках).
 - Регистрация предприятия, импортера и продукта в ESMA.
 - Инспекция предприятия комиссией ESMA и получение лицензии на право использования знака качества EQM.
 - Регистрация продукта в муниципалитете.

- 3) Организуйте логистические процессы — выберите транспортно-экспедиторскую компанию и таможенного брокера для обеспечения международных перевозок и таможенного оформления грузов.

По итогам этапа II: осуществляется вывоз продукции с территории России



Контактная информация

11



Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
ADMMI	Импорт / дистрибуция	Адрес: Al Hameli Building, Muroor Road, P.O. Box 247, Abu Dhabi Тел.: +971 2 4 462 424 E-mail: admmigen@admmi.ae Сайт: www.admmi.com
Agthia Group	Импорт / дистрибуция / производство / оптовая и розничная торговля	Адрес: Sky Tower, 17th Floor, Al Reem Island, P.O. Box 37725, Abu Dhabi Тел.: +971 2 596 0600 E-mail: info@agthia.com Сайт: www.agthia.com
i General Trading	Импорт / дистрибуция	Адрес: Altay Area, Near RTA Depot, Behind Emirates Road, P.O. Box 73555, Dubai Тел.: +971 4 325 7777 E-mail: info@igt.ae Сайт: www.igt.ae
Olive Country General Trading	Импорт / дистрибуция / оптовая и розничная торговля	Адрес: P.O. Box 294377, Dubai Тел.: +971 4 881 6244 E-mail: info@olivecountry.com Сайт: https://olivecountry.com
Gulfco	Импорт / дистрибуция	Адрес: Near General Post Office, Zabeel Road Karama, P.O. Box 1003, Dubai Тел.: +971 4 337 1400 E-mail: gulfco1@emirates.net.ae Сайт: www.gulfcouae.com
Chef Middle East	Импорт / дистрибуция / HoReCa	Адрес: Dubai (DIP, Head Office), P.O. Box 26747, Dubai Тел.: +971 4 8159 888 E-mail: info@chefmiddleeast.com Сайт: https://chefmiddleeast.com
Treasure Islands Food & Beverages Group	Импорт / дистрибуция / розничная торговля	Адрес: Office 209, Sherina Plaza Building 3 Opp. Gold Souk Metro Station Deira, P.O. Box — 25375, Dubai Тел.: +971 4235 2880 E-mail: info@treasureislands.ae Сайт: www.treasureislands.ae
RS Trading	Импорт / дистрибуция	Адрес: Office 403, Al Maktab building, Al Barsha 1, Dubai. Тел.: + 971 4 582 7222 Email: info@rightsteptrading.com Сайт: https://rightsteptrading.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Российско-эмиратский деловой совет	Адрес: Херсонская ул., 43-3, бизнес-центр «Газойл Сити», Москва, 117246, Россия Тел.: +7 495 988 58 07/09 E-mail: info@rusuae.ru Сайт: https://clck.ru/Vrx5d
Министерство иностранных дел и международного сотрудничества ОАЭ (نواعت لال و ةرازو لودل)	Адрес: King Abdullah Bin Abdul Aziz Al Saud Street, Al Bateen - Abu Dhabi, UAE Тел.: 800 44444 Сайт: https://clck.ru/Vrx5q
Министерство экономики ОАЭ (داصت ةرال ةرازو)	Адрес: 10 to 18 floor, Liwa Tower, Exhibition area, Abu Dhabi, UAE Тел.: 800 1222 Сайт: https://clck.ru/Vrx7D
Министерство по вопросам изменения климата и окружающей среды (بخان الم ري ةرازو. ةظوفم قوقح ل ع م ع ة) (ةبب ل و ل)	Адрес: Al Ruwayyah 2 Area □ Beside Zayed University Al Thuraya Street — Al Ain — Dubai Rd — Dubai, UAE Тел.: + 971 800 3050 Сайт: www.moccae.gov.ae/en/home.aspx
Федеральное ведомство ОАЭ по конкуренции и статистике (ءاص لال و ةس فان ل ل ة داح ل ال ةبب ل)	Адрес: Festival Offices Tower, 9th floor, Festival City, Dubai, UAE Тел.: +971 4 608 0000 E-mail: info@fcsa.gov.ae Сайт: https://fcsa.gov.ae/en-us
Ведомство ОАЭ по инвестициям (رام ةست ال ل تارام ل زاه)	Адрес: Al Bateen W10, Abu Dhabi, UAE Тел.: +971 2 419 0000 Сайт: www.eia.gov.ae
Центр государственных операций (услуг) Аль Ялаиз (ةم و كح ل ل تال ماع ل ل سبب ل ل زكرم)	Адрес: Dubai Investment Park 2, Dubai, UAE Тел.: +971 4 821 5111 E-mail: info@aygtc.ae Сайт: https://alyalayis.com/nw
Департамент Правительства Дубая по правовым вопросам (ع م ع ب ب ةم و كح ل ةبب ل ل ن و و ش ل ل ةرئ ل)	Адрес: H.H. The Ruler's Court, 4th Floor, Al Fahidi Rd., Dubai, UAE Тел.: +971 4 353 3337 E-mail: contact@legal.dubai.gov.ae Сайт: https://legal.dubai.gov.ae

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**

12



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 г. №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 г. №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 г. №1313](#)

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 г. №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 г. №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 г. № 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 г. №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 г. №342](#)

Приложение №1.

Нормативно-правовая база

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

- [Федеральный закон № 18 от 1981 г. «О коммерческом посредничестве»;](#)
- [Федеральный закон № 18 от 1993 г. «О законодательстве о торговых сделках — Торговый кодекс»;](#)
- [Закон № 2 от 2015 г. «О коммерческих компаниях»;](#)
- [Федеральный указ-закон № 26 от 2020 г. «О внесении изменений в Закон № 2 от 2015 г. «О коммерческих компаниях»;](#)
- [Федеральный закон № 24 от 2006 г. «О защите прав потребителей»;](#)
- [Федеральный закон № 4 от 2012 г. «О конкуренции»;](#)
- [Единое таможенное законодательство ССАГПЗ от 2002 г.;](#)
- [Федеральный закон № 13 от 2016 г. «О Федеральной таможенной службе»;](#)
- [Федеральный закон № 13 от 2007 г. «Об импорте и экспорте товаров»;](#)
- [Закон Дубая № 13 от 2011 г. «Об организации и регулировании экономической деятельности в Дубае»;](#)
- [Федеральный закон № 8 от 2004 г. «О свободных финансовых зонах»;](#)
- [Федеральный закон № 8 от 2017 г. «О налоге на добавленную стоимость»;](#)
- [Закон Дубая № 9 от 2004 г. «О международном финансовом центре Дубая»;](#)
- [Положение DIFC об уполномоченных компаниях от 31 октября 2019 г.;](#)
- [Федеральный закон № 19 от 2018 г. «О прямых иностранных инвестициях».](#)

Официальным источником информации о законодательстве ОАЭ является [портал Министерства юстиции ОАЭ](#).

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

[Библиотека экспортера](#) — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



[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».



[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: vk.com/aemcx



Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

