

Экспортный гид

Соковая продукция



Саудовская Аравия



Экспортный гид

Соковая продукция



Саудовская Аравия

Гид создан при участии:



СОЮЗНАПИТКИ
СОЮЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СОКОВ, ВОДЫ И НАПИТКОВ

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта соковой продукции в Саудовскую Аравию. 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 соковой продукции в Саудовскую Аравию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2025.

© 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 — Саудовская Аравия	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	20
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	25
2. Обзор рынка.....	27
2.1. Объем и динамика рынка	29
2.2. Потребительские предпочтения	47
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	52
2.4. Конкурентная среда и участники рынка.....	62
3. Требования и стандарты на продукцию	68
3.1. Контролирующие органы.....	70
3.2. Требования к производителям	72
3.3. Требования к продукции.....	72
3.4. Требования к упаковке и маркировке.....	75
4. Особенности и барьеры входа на рынок	79
4.1. Особенности таможенных процедур.....	81
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры	90
5. Организация экспортных поставок	96
5.1. Логистика	98
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	108
5.3. Формы присутствия на рынке	117
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	120
6. Продвижение продукции.....	124
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	126
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	146
7. Особые экономические зоны	153
8. Особенности ведения бизнеса	159
9. Преимущества и риски осуществления поставок	166
9.1. Преимущества.....	168
9.2. Риски.....	169

10. Карта действий экспортера	171
11. Контактная информация	181
11.1. Потенциальные партнеры	183
11.2. Профильные организации	187
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	189
Приложение № 1	194
Приложение № 2	214

Резюме

- Саудовская Аравия — крупнейшая страна на Ближнем Востоке, расположена между Персидским заливом и Красным морем, является родиной ислама. Население составляет 32,8 млн человек. Самые густонаселенные города — Эр-Рияд, Джидда, Мекка, Медина и Даммам. ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах по стоянию на 2023 г. составляет 61,9 тыс. межд. долл.
- Нефтяная отрасль является основой экономики Саудовской Аравии (40% ВВП). В связи с этим ключевым фактором, определяющим динамику экономического развития королевства, на протяжении многих лет остается конъюнктура на мировом рынке углеводородов. Ожидается, что по итогам 2024 г. рост реального ВВП Саудовской Аравии составит 1,5%, и к 2025 г. достигнет 4,6% на фоне ограничений на добычу нефти. В 2023 г. инфляция составила 2,3%, в среднесрочной перспективе прогнозируется ее снижение до 2% за счет стабильности национальной валюты, субсидий на базовые товары и фиксированных цен на бензин.
- Сельское хозяйство занимает незначительную долю в экономике Саудовской Аравии, обеспечивая 2,7% ВВП и 2,9% занятости населения. Несмотря на поддержку агропромышленного сектора, в стране наблюдаются сложности с производством сельскохозяйственных культур, прежде всего из-за нехватки воды и высоких издержек производства. Королевство является нетто импортером продовольственных товаров — импорт превышает экспорт примерно в 6 раз. В структуре импорта в 2022 г. преобладали мясо птицы (5,7%), кукуруза (5,7%), пшеница (5,6%), ячмень (4,7%) и рис (4,6%), в структуре экспорта — свекловичный и тростниковый сахар (9,2%), мучные кондитерские изделия (8,5%) и финики (7,1%).
- Безалкогольные напитки в Саудовской Аравии пользуются устойчивым спросом с тенденцией роста. В 2019–2023 гг. их потребление увеличивалось в среднем на 2,5% в год, достигнув 11,1 млрд литров. Самыми быстрорастущими категориями стали газированные напитки и минеральная вода. По итогам 2023 г. соковая продукция заняла 18% от совокупного объема продаж безалкогольных напитков. Потребление соковой продукции на душу населения в 2023 г. составило около 27,0 литров. Наиболее востребованными на местном рынке видами соковой продукции сегодня являются сокосодержащие напитки (53,3%), нектары (28,6%) и восстановленные натуральные соки (17,4%).
- В Саудовской Аравии фиксируется высокий уровень самообеспечения соковой продукцией: в 2022 г. производство составило 120% от потребностей внутреннего рынка. Крупнейшими производителями являются компании Almarai, Al Rabie Saudi Foods, NADEC, Gulf Union Foods и Al-Othman Group. В 2022 г. экспорт соковой продукции оценивался в 370,4 тыс. тонн на сумму 278,7 млн долл. США. Основные покупатели саудовских соков — Йемен, Оман, ОАЭ, Кувейт, Ирак, Иордания и Бахрейн.

- В 2022 г. объем импорта соковой продукции Саудовской Аравии составил 193,7 тыс. тонн (+20,9% по сравнению с 2021 г.) на сумму 292,8 млн долл. США (+24,3%). Основными поставщиками соков являлись Индия (23% от общего объема поставок в натуральном выражении и 17,5% в стоимостном), Испания (16,6% и 20,0% соответственно) и Кувейт (12,9% и 6,9%). Также заметные объемы соков поставлялись из Китая (5,4% и 6,3%), Бразилии (4,7% и 5,2%), Нидерландов (4,6% и 8,7%) и Австрии (4,4% и 4,8%).
- К российскому экспорту в Саудовской Аравии применяются ставки режима наибольшего благоприятствования ВТО — установлены адвалорные таможенные пошлины на уровне 5–15% (в зависимости от ТН ВЭД). Также импорт облагается НДС по ставке 15%.
- В Саудовской Аравии предъявляются максимально высокие требования к качеству ввозимой продукции, транспортировке, упаковке, маркировке, содержанию, инспекциям и др. Среди строгих стандартов королевства стоит выделить особый контроль качества халяльной продукции. Даже если некоторые разновидности соков не требуют обязательной сертификации «Халяль», ее наличие рекомендуется в силу местных потребительских предпочтений.

Список сокращений

АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовой внутренний продукт
ВНД	Валовой национальный доход
ВТаМО	Всемирная таможенная организация
ВТО	Всемирная торговая организация
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
МВФ	Международный валютный фонд
ОПЕК	Организация стран – экспортеров нефти
ОЭЗ	Особая экономическая зона
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности
РНБ	Режим наибольшего благоприятствования
ССАГПЗ	Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТР ТС	Технический регламент Таможенного союза
УНК	Уникальный номер контракта
ФТС	Федеральная таможенная служба
GASTAT	General Authority for Statistics — Главное управление статистики
GCC	Gulf Cooperation Council — Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ)
GSO	GCC Standardization Organization — Организация по стандартизации ССАГПЗ
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — Анализ рисков и критические контрольные точки (Система менеджмента безопасности пищевой продукции)
HoReCa	Hotel, Restaurant, Catering — Гостинично-ресторанный сектор

Список сокращений

ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC	International Trade Centre — Международный торговый центр
MISA	Ministry of Investment for Saudi Arabia — Министерство инвестиций Саудовской Аравии
SAMA	Saudi Central Bank — Центральный банк Саудовской Аравии
SASO	Saudi Standards, Metrology and Quality Organization — Организация по стандартизации, метрологии и качеству Саудовской Аравии
SFDA	Saudi Food & Drug Authority — Управление Саудовской Аравии по контролю пищевых продуктов и лекарственных средств

Введение





Королевство Саудовская Аравия (КСА), расположенное на Аравийском полуострове между Персидским заливом и Красным морем, — крупнейшая по площади страна Ближнего Востока. Саудовская Аравия является местом зарождения ислама, здесь в священных городах Мекка и Медина находятся главные мусульманские святыни. Саудовская Аравия — один из ведущих мировых производителей и экспортеров нефти, за счет доходов от продаж которой страна динамично развивается последние десятилетия. С 2017 г. правительство королевства проводит структурные реформы, направленные на диверсификацию экономики и повышение уровня жизни населения, а также активно налаживает связи с Россией.

Общие сведения (2023 г.)

ВВП в текущих ценах: 1 067,6 млрд долл. США

ВВП по ППС в текущих ценах: 2 032,6 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: -0,8%

ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах: 61 932,6 межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод: 28,7 тыс. долл. США, группа стран с высоким уровнем доходов

Уровень инфляции: 2,3%

Приток ПИИ: 12,3 млрд долл. США

Численность населения: 32,8 млн человек

Площадь территории страны: 2,15 млн км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 1,74 млн км²

Крупнейшие города по численности населения: Эр-Рияд (7,4 млн человек), Джидда (4,7 млн), Мекка (2,1 млн), Медина (1,5 млн), Даммам (1,3 млн)

Уровень урбанизации: 85,0%

Уровень безработицы: 4,9%

Структура ВВП: сельское хозяйство (2,7%), промышленность (47,0%), сфера услуг (44,9%), чистые налоги (5,4%)

Структура занятости (2022 г.): сельское хозяйство (2,9%), промышленность (16,9%), сфера услуг (80,2%)

Экспорт АПК (2022 г.)	Основные товары	Импорт АПК (2022 г.)
сахар свекловичный и тростниковый, мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, финики, сыры, макаронные изделия		мясо птицы, кукуруза, пшеница, ячмень, рис
4,8 млрд долл. США	Объем	29,9 млрд долл. США

Источник: Всемирный банк, МВФ, Международная организация труда, ООН, ЮНКТАД, GASTAT, ITC Trade Map

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Саудовская Аравия



Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

В экономике Саудовской Аравии доминирует нефтегазовый сектор. Согласно данным Министерства экономики и планирования страны, на долю добычи и переработки углеводородов приходится около 40% ВВП, более 60% доходов государственного бюджета и почти 80% объема экспорта товаров и услуг. Основным фактором экономического развития страны — обширные запасы углеводородов и высокий уровень развития нефтяной промышленности: на нефтепереработку приходится почти 30% национального производства

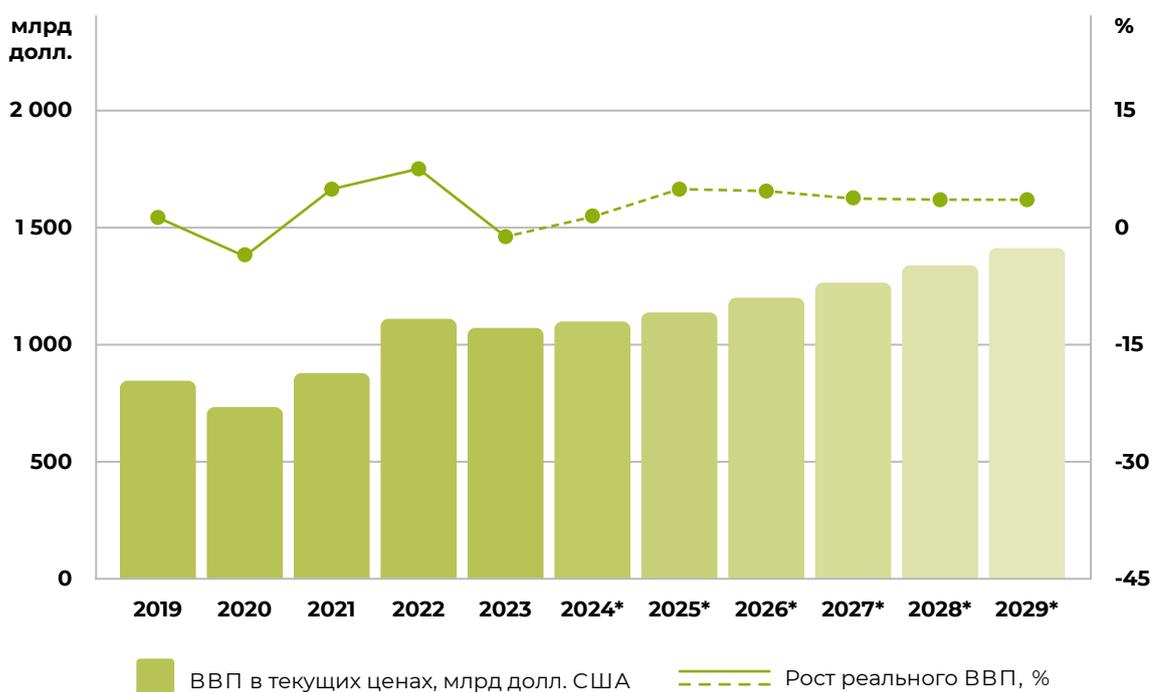
В начале 2024 г. Саудовская Аравия объявила об отмене плана по увеличению объема добычи нефти с 12 до 13 млн баррелей в сутки к 2027 г. на фоне стагнации спроса на топливо и замедления темпов роста мировой экономики в целом. Продолжающиеся ограничения на добычу нефти в Саудовской Аравии в рамках сделки ОПЕК+ окажут значительное влияние на динамику ВВП королевства, прогнозы по росту показателя могут быть пересмотрены в сторону понижения.

Согласно текущим оценкам МВФ, в 2024 г. темпы роста ВВП Саудовской Аравии вернутся в положительный диапазон и составят 1,5%, и к 2025 г. увеличатся до 4,6%. Прогнозируется, что в 2026–2029 гг. темпы роста экономики страны в среднем составят 3,5–4,4% в год.

Неопределенность в мировой экономике, влияющая как на финансовые условия, так и на стоимость нефти, требует дальнейших усилий по созданию резервов и диверсификации экономики Саудовской Аравии. Ожидается, что продолжение в стране структурных реформ и реализация специальных инвестиционных проектов в рамках национальной программы Saudi Vision 2030 обеспечат устойчивый рост экономики королевства в среднесрочной перспективе.



Рис. 1. Динамика ВВП Саудовской Аравии в текущих ценах, 2019–2029 гг., млрд долл. США



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

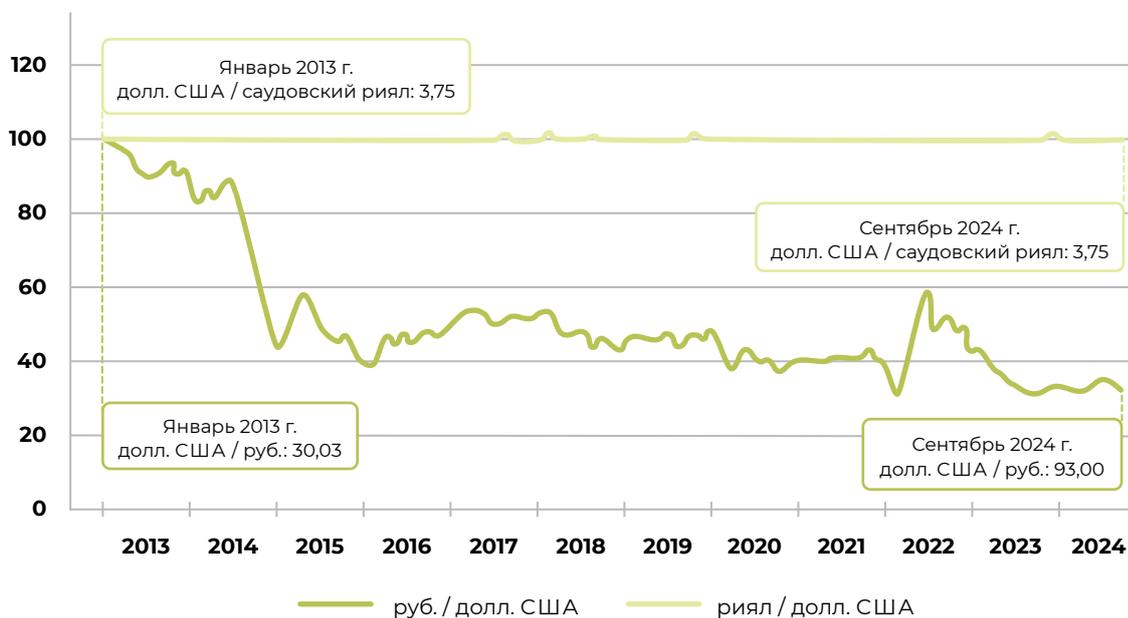
Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024)

На протяжении последних трех десятилетий саудовский риял официально привязан к доллару США по фиксированному курсу 3,75:1. Такая привязка приемлема с учетом текущей структуры экономики страны.

В ноябре 2020 г. Валютное управление королевства преобразовано в Центральный банк Саудовской Аравии с расширенными функциями финансового контроля, денежной политики и поддержки экономического роста. Центральный банк сегодня является одним из основных механизмов стимулирования национальной экономики, поскольку правительство страны целенаправленно воздерживается от активного использования налоговых инструментов.



Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и саудовского рияла к доллару США, январь 2013 г. – сентябрь 2024 г.



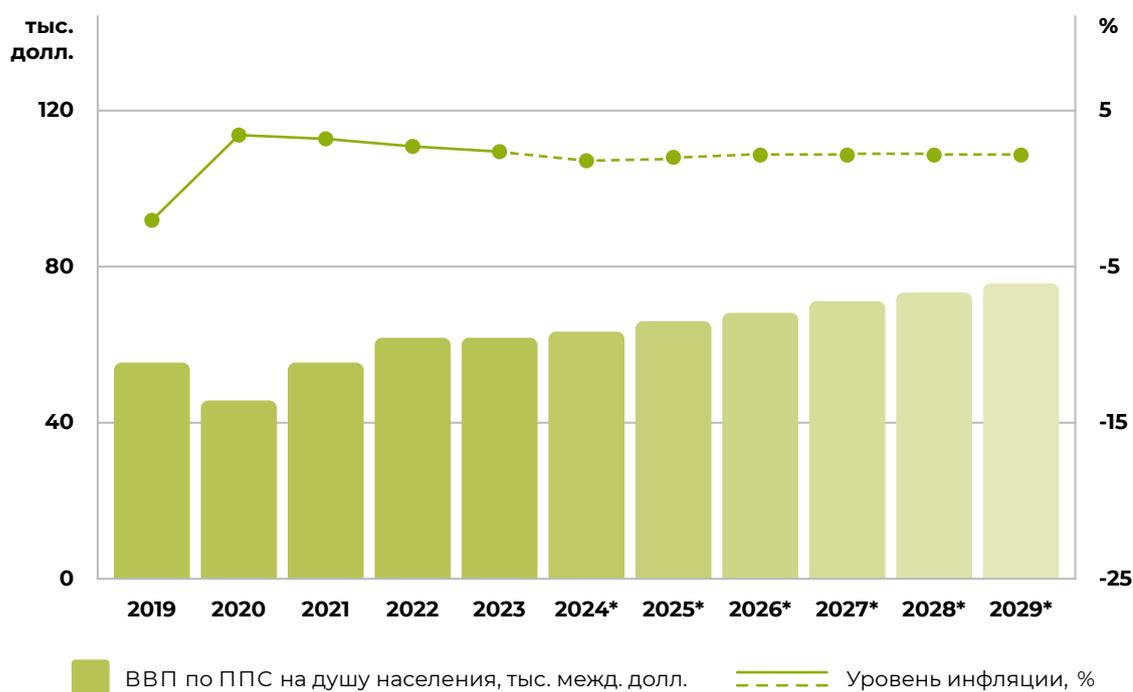
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал [Investing.com](https://www.investing.com)

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на январь 2013 г.

С начала 2021 г. ВВП по ППС на душу населения Саудовской Аравии показывает стабильный рост. Прогнозируется, что данная динамика сохранится в среднесрочной перспективе и к 2029 г. показатель достигнет 75,8 тыс. межд. долл.

Несмотря на стремительный рост экономической активности, инфляция в стране остается на стабильно низком уровне на протяжении последних нескольких лет. В 2023 г. уровень инфляции в годовом исчислении составил 2,3%, что частично поддерживалось внутренними субсидиями и стабильным обменным курсом. Согласно оценкам МВФ, в 2024 г. показатель снизится до 1,7%, а в среднесрочной перспективе стабилизируется на уровне 2% в год. Инфляция будет сдержанной благодаря устойчивой национальной валюте, субсидированию цен на товары первой необходимости и установленному потолку цен на бензин.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2019–2029 гг., тыс. межд. долл.



Источник: МВФ (доклад World Economic Outlook)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024)

В последние годы в Саудовской Аравии наблюдается прогресс в решении проблемы заметного социально-экономического неравенства. Так, уровень безработицы в стране находится на историческом минимуме. На фоне роста занятости общая безработица снизилась с 7,5% во время пандемии COVID-19 до 4,9% в 2023 г., что отражает увеличение числа как саудитов, занятых в частном секторе, так и иностранных рабочих (в основном в строительстве и сельском хозяйстве). По данным Главного управления статистики Саудовской Аравии (GASTAT), в I квартале 2024 г. зафиксирован один из наиболее низких уровней безработицы как среди всех жителей королевства (3,5%), так и среди саудитов (7,6%). Кроме того, за последние годы существенно вырос уровень занятости женщин: в I квартале 2024 г. показатель достиг 33,4%, что выше целевого значения 30%, установленного в Saudi Vision 2030. Также отмечается снижение уровня безработицы среди молодежи: показатель сократился до 15,6% по итогам I квартала 2024 г. Согласно национальным целям развития Саудовской Аравии, к 2030 г. уровень безработицы должен достигнуть 7%, занятости — 60% (особенно для граждан Саудовской Аравии моложе 35 лет).

Внешняя торговля продукцией АПК

Саудовская Аравия является крупнейшим государством Аравийского полуострова, и территория страны практически полностью расположена в зоне рискованного земледелия с сухим и жарким климатом. Сельское хозяйство за-

нимает незначительное место в национальной экономике, обеспечивая лишь 2,7% ВВП (29,0 млрд долл. США) и 2,9% занятости экономически активного населения. Вместе с тем в королевстве всегда придавалось большое значение агропромышленному комплексу, в планах развития он ставился в приоритет. Правительство разрабатывает и реализует стратегии и программы, направленные на достижение продовольственной безопасности и диверсификацию производственной базы для снижения зависимости от нефти как основного источника национального дохода. В развитии сельского хозяйства важную роль играет частный сектор, которому правительство предлагает привлекательные условия: долгосрочные беспроцентные кредиты, технические услуги, бесплатные семена и удобрения, скидки на воду для орошения, топливо и электричество, беспошлинный импорт сырья и оборудования.

Однако страна не может обеспечить достаточный уровень выращивания сельскохозяйственных культур из-за крайне низкой обеспеченности водой и высоких издержек производства, поэтому вынуждена удовлетворять внутренний спрос за счет импорта, оставаясь нетто-импортером продукции АПК.

В 2022 г. основу экспорта АПК Саудовской Аравии в стоимостном выражении составляли сахар свекловичный и тростниковый (9,2%), мучные кондитерские и хлебобулочные изделия (8,5%). В топ-5 экспортируемых продуктов АПК также вошли финики (7,1%), сыры (7,0%) и макаронные изделия (6,3%). В стоимостной структуре импорта продукции АПК Саудовской Аравии в 2022 г. наибольшие доли занимали мясо птицы (5,7% импорта или 1,7 млрд долл. США), кукуруза (5,7% или 1,7 млрд долл. США) и пшеница (5,6% или 1,7 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых позиций также вошли ячмень (4,7% стоимостного импорта продукции) и рис (4,6%).

Рис. 4. Внешняя торговля продукцией АПК Саудовской Аравии, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Саудовской Аравии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сахар свекловичный и тростниковый	443,2	9,2
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	410,0	8,5
Финики	341,5	7,1
Сыры	337,4	7,0
Макаронные изделия	303,3	6,3
Соки фруктовые и овощные	278,7	5,8
Питьевое молоко и сливки	261,9	5,4
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	203,9	4,2
Ракообразные	185,8	3,8
Кисломолочная продукция	179,5	3,7
Прочие продукты	1 889,1	39,1
Итого	4 834,3	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Саудовской Аравии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Мясо птицы	1 703,6	5,7
Кукуруза	1 700,6	5,7
Пшеница	1 662,0	5,6
Ячмень	1 401,2	4,7
Рис	1 388,0	4,6
Пищевые продукты прочие	1 000,3	3,3
Масло пальмовое	991,7	3,3
Сахар свекловичный и тростниковый	945,9	3,2
Сыры	942,6	3,2

Продолжение табл. 2.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	816,9	2,7
Прочие продукты	17 326,3	58,0
Итого	29 879,0	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

1.2. Политические тенденции

Саудовская Аравия



Форма правления:
абсолютная монархия

Глава государства:
король

Форма административно-территориального устройства:
унитарное государство

Политическое устройство

Саудовская Аравия — абсолютная монархия, возглавляемая королем из династии Саудитов, который имеет право избирать и смещать наследного принца. Саудовская Аравия — суверенное арабское исламское государство. Конституцией является Коран. Таким образом, страна представляет собой теократическую монархию, политическая и общественная жизнь которой базируется на нормах шариата.

Король Салман ибн Абдул-Азиз Аль Сауд, вместе с членами правящей семьи, занимающими все ведущие государственные посты, контролирует три ветви власти. Выборы в стране проводятся только на муниципальном уровне.

Исполнительная власть представлена Советом министров. Его председателем является сам король. Должности распределены между родственниками короля, который определяет состав совета. Законодательная власть осуществляется Консультативной ассамблеей, подобием парламента. Решения о ее реорганизации и роспуске принимаются королем. Судебную систему составляют религиозные суды. Судьи назначаются королем по представлению Верховного судебного совета, который также формируется королем.

Политическая система страны построена на многовековых монархических и религиозных традициях, определяющих ключевые направления внутренней политики, которые следует учитывать при ведении бизнеса в регионе.

Оценка политических рисков

Режим династии Саудитов определяет политическую стабильность страны. Вместе с тем сложившаяся структура управления сильно ограничивает представленность интересов широких масс населения во власти, что порождает риски социально-экономической нестабильности и давления на действующий режим. Другим дестабилизирующим фактором является шиитское меньшинство, подвергающееся притеснениям со стороны властей.

Реформы, направленные на изменение политического режима, не проводились. Действующая политическая система в условиях несменяемости власти столкнулась с проблемой распространения коррупции, для борьбы с которой в 2015 г. была создана Антикоррупционная комиссия. С 2017 г. проведен ряд масштабных антикоррупционных кампаний, затронувших представителей правящего рода и работающих в стране иностранцев.

Саудовская Аравия поддерживает систему региональных альянсов с государствами Персидского залива и прочные связи со странами арабского мира. Однако для нее все еще характерны умеренные риски террористической активности¹. Из-за обострения ситуации в Йемене существенно возрастает уровень военной и террористической угрозы в приграничных с Йеменом районах Саудовской Аравии. Конфликт в Красном море имеет тенденцию к расширению, что непосредственно затрагивает экономические интересы королевства.

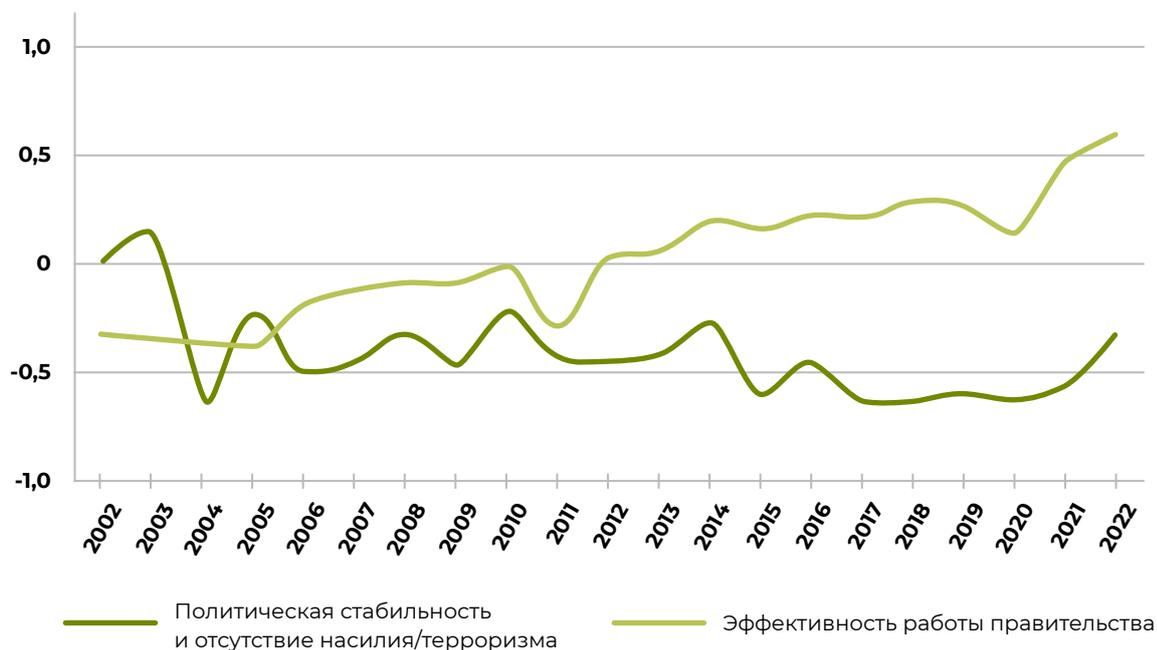
Несмотря на стремление к нормализации, напряженными остаются отношения с Ираном (отчасти из-за взаимных притязаний на газовое месторождение Эд-Дурра и общего контекста соперничества между Тегераном и Эр-Риядом на Ближнем Востоке). Напряженность и конкуренция отмечаются и в отношениях с партнерами по региону — ОАЭ и Катаром. С 2018 г. наблюдается похолодание в отношениях с США. В то же время именно Соединенные Штаты являются ключевым партнером Саудовской Аравии в области безопасности.

Важно заметить, что российско-саудовские отношения развиваются по восходящей: регулярно проводятся встречи на высшем уровне, успешно ведется сотрудничество в рамках ОПЕК+, устойчиво растет товарооборот, превысивший в 2023 г. 3 млрд долл. США². Политическому сближению стран способствует и вступление Саудовской Аравии в БРИКС, что свидетельствует о растущей многовекторности и независимости внешней политики королевства.

¹ [Global terrorism index 2022](#).

² [Biden to visit Saudi Arabia in push to lower oil prices and punish Russia](#). The Guardian. 2022.

Рис. 5. Основные показатели качества государственного управления в Саудовской Аравии



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

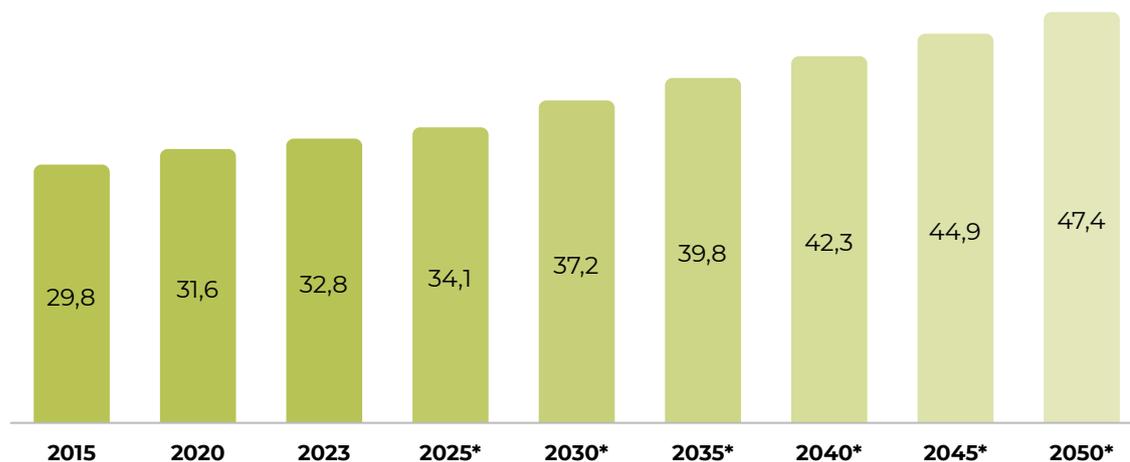
В целом на фоне восстановления порядка после «Арабской весны» и расширения антикоррупционной деятельности в Саудовской Аравии наметилась тенденция роста эффективности работы правительства. Во многом это связано с запуском в 2016 г. национальной программы Saudi Vision 2030. Программа подразумевает масштабные промышленные и инфраструктурные инвестиции, строительство новых городов, вложения в возобновляемую энергетику, а также проекты по обеспечению продовольственной безопасности королевства. Перечисленные меры направлены в т.ч. на развитие в Саудовской Аравии АПК и создание устойчивых цепочек поставок. Программа Saudi Vision 2030 призвана вывести страну в ранг ведущих мировых игроков, закрепить за ней статус лидера арабского мира. Однако, несмотря на амбициозные планы наследного принца, в стране сохраняется угроза политической нестабильности, что связано преимущественно с рисками политической борьбы внутри правящей династии, нерешенностью актуальных социально-экономических проблем³, напряженностью в отношениях с ключевыми региональными игроками.

³ Vasquex I., McMahon F., Murphy R., Schneider G. [The Human Freedom Index 2021](#). CATO Institute. 2021.

1.3. Демографические тенденции

В 2023 г. численность населения Саудовской Аравии составила 32,8 млн человек. Согласно прогнозам ООН, к 2050 г. в стране будут проживать 47,4 млн человек.

Рис. 6. Общая численность населения Саудовской Аравии, прогноз до 2050 г., млн человек



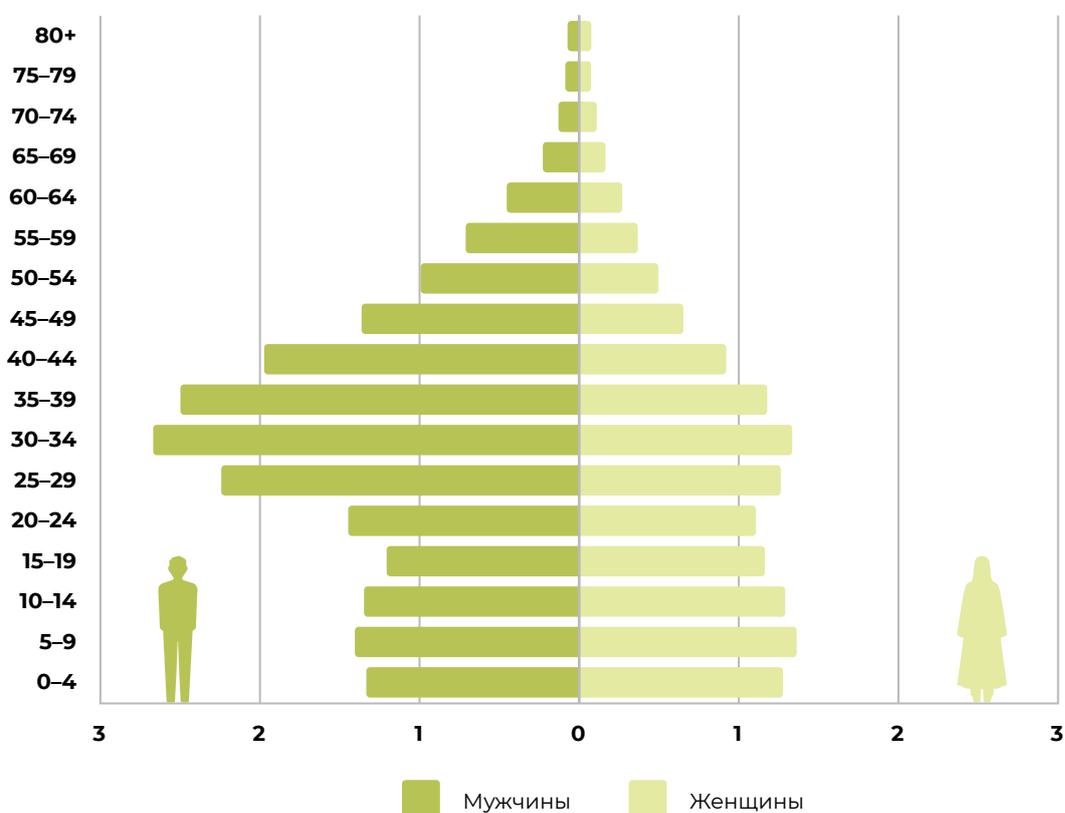
Источник: ООН, МВФ

Примечание. *Прогноз.



Согласно переписи 2022 г., 41,6% населения Саудовской Аравии составляют мигранты, среди которых представлены как высококвалифицированные специалисты из Европы и США, так и сезонные работники из стран Южной и Юго-Восточной Азии (Индии, Пакистана, Бангладеш, Индонезии, Филиппин). При этом мужского иностранного населения в Саудовской Аравии больше, чем местного. В результате присутствия большой доли иностранных работников мужского пола в стране проживает на 54% больше мужчин, чем женщин. Кроме того, наблюдается заметный гендерный дисбаланс в возрастной категории от 25 лет и старше, хотя соотношение полов при рождении примерно одинаковое — 105 мальчиков на 100 девочек. Демографические особенности Саудовской Аравии, несомненно, оказывают влияние на потребительский рынок страны.

Рис. 7. Население Саудовской Аравии по полу и возрасту, 2023 г., млн человек



Источник: ООН, МВФ, GASTAT

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Саудовская Аравия не может обеспечить достаточный уровень выращивания сельскохозяйственных культур из-за крайне низкой обеспеченности водой и высоких издержек производства, поэтому вынуждена удовлетворять внутренний спрос за счет импорта. Небольшие масштабы АПК из-за сложных климатических условий обуславливают необходимость импорта широкого ассортимента как сырьевых, так и переработанных продуктов питания. В рамках реализации национальной программы [Saudi Vision 2030](#) страна добилась успехов в повышении привлекательности своего рынка для иностранных инвестиций. Это также расширяет возможности развития экспорта продукции АПК в Саудовскую Аравию для российских производителей, особенно в контексте политического сближения двух стран.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Саудовской Аравии

- Пик потребления продуктов питания обычно приходится на определенные периоды в году (праздники, включая священный месяц Рамадан). Потребление также увеличивается в сезоны умры и хаджа, когда миллионы мусульман со всего мира посещают Саудовскую Аравию для паломничества в города Мекка и Медина, что способствует росту продаж в секторе общественного питания.
- Маркировка «Халяль» обязательна для большинства продуктов питания.
- Все больше потребителей следуют тенденции здорового образа жизни и полезного питания, что формирует спрос на товары с маркировками есо и organic.
- Сектор розничной торговли Саудовской Аравии претерпевает изменения: традиционные точки розничной торговли (рынки, лавки, базары) постепенно вытесняются гипер- и супермаркетами.
- Развитие гостинично-ресторанного сектора и открытие международных сетей общественного питания создают дополнительный спрос на импортную продукцию, в том числе товары премиум-сегмента.
- Саудовская Аравия, наряду с ОАЭ, является крупнейшим рынком по доставке продуктов питания и готовых блюд среди стран Персидского залива. За 2019–2022 гг. число приложений для онлайн-заказа еды в королевстве выросло в четыре раза. Ожидается, что ежегодный рост рынка доставки продуктов питания в среднесрочной перспективе составит примерно 11%.
- Потребители высоко ценят импортную продукцию под собственными торговыми марками. Некоторые крупные саудовские импортеры и сети супермаркетов упаковывают импортные продукты питания под своими брендами.

ми. Эти участники продовольственного рынка разработали собственные торговые марки, которые позитивно воспринимаются жителями страны.

- Смягчение визовой политики и стремление к диверсификации экономики стимулируют развитие туристического сектора. Ожидается, что до 2030 г. инвестиции в сектор превысят 800 млрд долл. США. В рамках этого направления реализуется ряд мегапроектов по созданию крупнейших в регионе курортов. Прогнозируется также рост религиозного туризма.

Расходы на конечное потребление

В 2023 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Саудовской Аравии увеличились на 3,2% по сравнению с предыдущим годом и составили 2 700,6 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 5,5% (147,6 долл. США на человека в год). Ожидается что ежегодные расходы населения Саудовской Аравии на продукты питания и напитки к 2029 г. достигнут 2 883,1 долл. США, в то время как расходы на минеральную воду, соки и газированные напитки увеличатся до 161,4 долл. США на душу населения в год.

Рис. 8. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2023 г., 2019–2029 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.; **без учета расходов на минеральную воду, соки и газированные напитки.



Содержание



2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

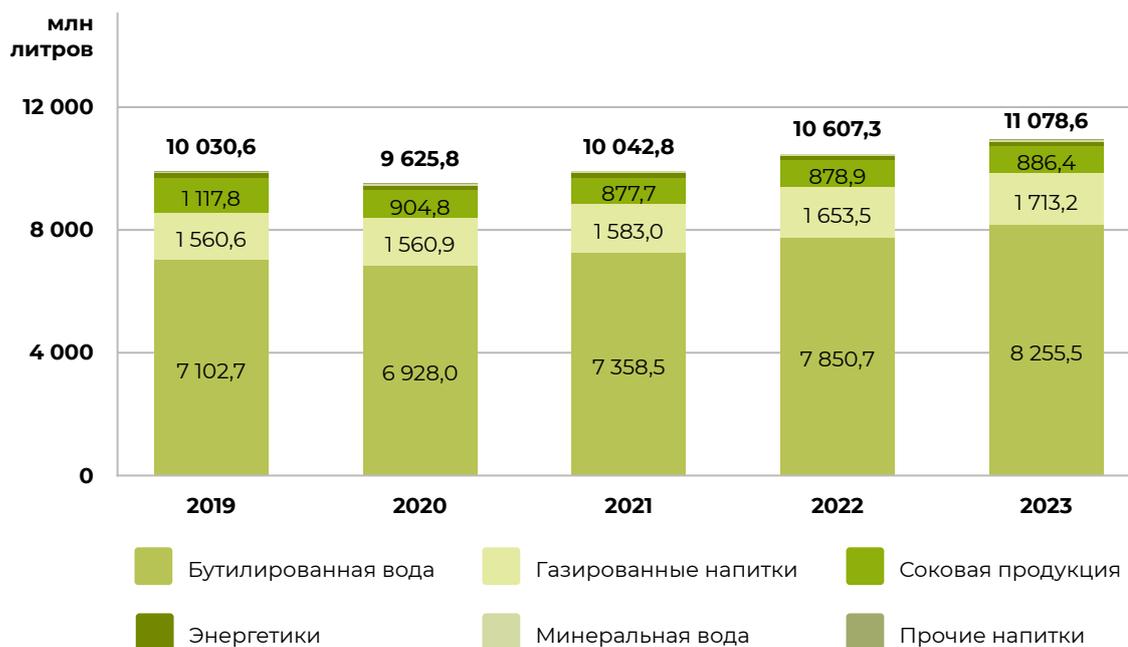
Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Основной фруктово-ягодной культурой Саудовской Аравии являются финики. В 2022 г. объем их производства составил 1,6 млн тонн (+2,9% к 2021 г.). Королевство занимает второе место в мире по объемам выращивания фиников, уступая только Египту. Уровень самообеспечения Саудовской Аравии финиками в 2022 г. достиг 124%. В стране выращиваются также арбузы, дыни, цитрусовые, виноград и манго. В королевстве активно строятся тепличные хозяйства и вертикальные фермы, широко применяются передовые технологии гидропоники.

Потребление безалкогольных напитков в Саудовской Аравии в 2019–2023 гг. увеличивалось в среднем на 2,5% в год. В 2023 г. объем потребления составил 11,1 млрд литров (+4,4% к 2022 г.). Основная доля потребления в натуральном выражении приходилась на бутилированную воду — 74,5%. Газированные напитки заняли 15,5%, соковая продукция — 8,0%.

Рис. 9. Потребление безалкогольных напитков в Саудовской Аравии по видам в натуральном выражении, 2019–2023 гг., млн литров



Источник: EMIS, Euromonitor International

Объемы продаж безалкогольных напитков в Саудовской Аравии в 2023 г. достигли 11,5 млрд долл. США (+6,5% к 2022 г.). В 2019–2023 гг. среднегодовые темпы роста продаж оценивались в 4,6%. Наиболее быстро в последние пять лет в королевстве увеличивался спрос на газированные напитки и минеральную воду — на 7,4% и 6,8% в год соответственно. По итогам 2023 г. доля соковой продукции составляла 18,0% от общего объема реализации безалкогольных напитков в Саудовской Аравии.

Рис. 10. Объем продаж безалкогольных напитков в Саудовской Аравии по видам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Производство

Производство соковой продукции в Саудовской Аравии значительно снизилось в 2020 г. и пока не восстановилось до прежних уровней. В 2022 г. страна произвела 1 055,6 млн литров соковой продукции (-4,2% к 2021 г.). Снижение показателя обусловлено постепенным сокращением спроса на соковую продукцию на фоне введения правительством мер по борьбе с высоким потреблением сахара.

Крупнейшими производителями соковой продукции в Саудовской Аравии являются Almarai, Al Rabie Al Saudia Dairy, National Agricultural Development (NADEC), Gulf Union Foods и Al Othman Group.

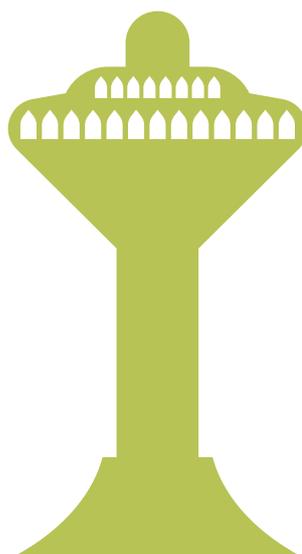
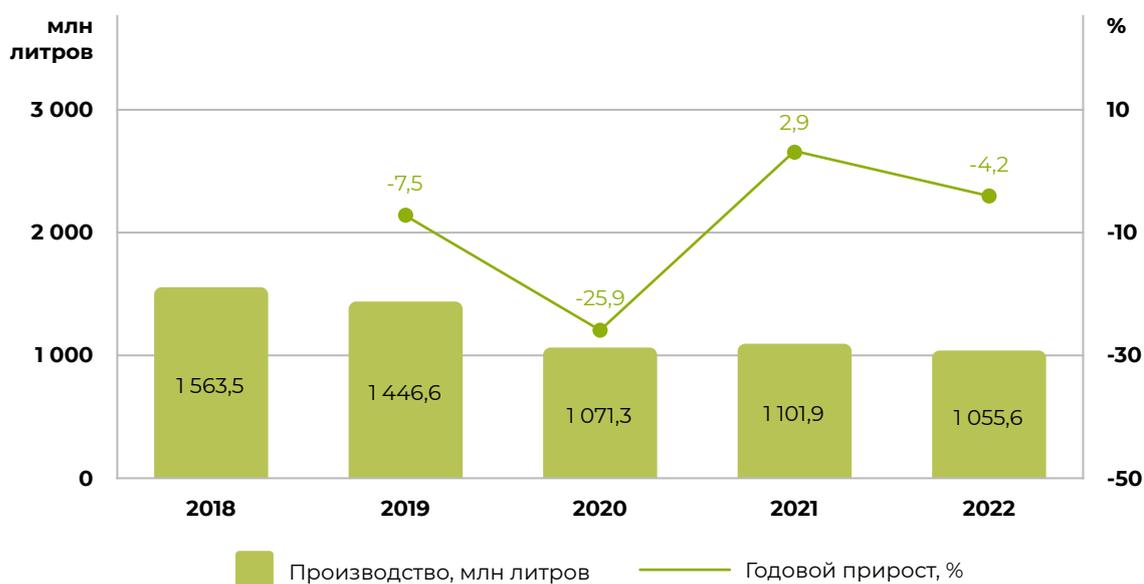


Рис. 11. Производство соковой продукции в Саудовской Аравии, 2018–2022 гг., млн литров



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление

В Саудовской Аравии фиксируется высокий уровень самообеспечения соковой продукцией: в 2022 г. производство данного вида безалкогольных напитков в стране составляло 120% от потребностей внутреннего рынка в натуральном выражении. В 2023 г. потребление соковой продукции в Саудовской Аравии достигло 886,4 млн литров, увеличившись по отношению к 2022 г. на 0,9% (на 7,5 млн литров). В 2019–2023 гг. среднегодовые темпы снижения объемов потребления оцениваются в 5,6%. Прогнозируется, что потребление соковой продукции будет увеличиваться на 2,2% в год и в 2028 г. составит 987,2 млн литров.

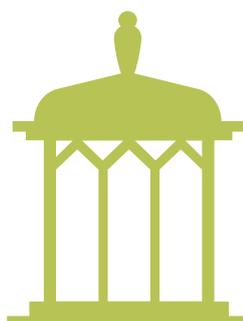
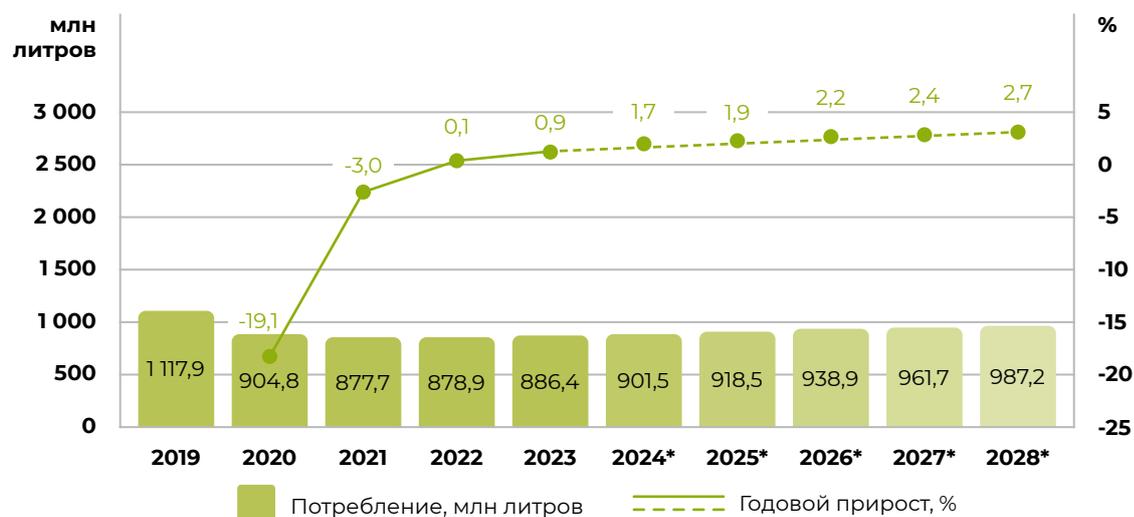


Рис. 12. Потребление соковой продукции в Саудовской Аравии, 2019–2028 гг., млн литров

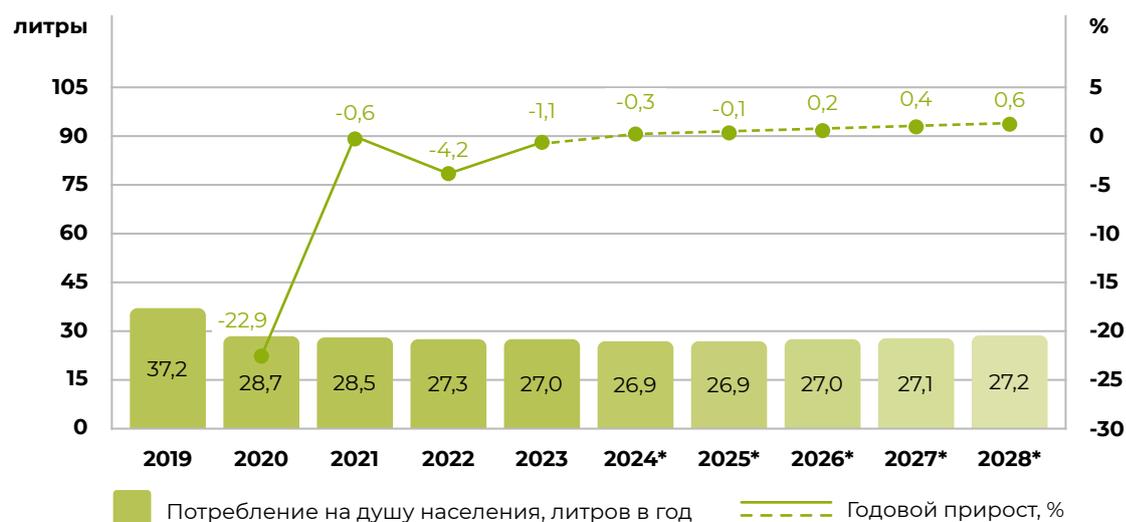


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

Потребление соковой продукции на душу населения в Саудовской Аравии по итогам 2023 г. составило около 27,0 литров в год. Относительно уровня 2019 г. показатель сократился на 27,4%. Согласно прогнозам, к 2028 г. потребление соковой продукции в Саудовской Аравии составит 27,2 литра на человека на фоне стремления употреблять безалкогольные напитки с низким содержанием сахара (в том числе добавленного), красителей и консервантов.

Рис. 13. Потребление соковой продукции на душу населения в Саудовской Аравии, 2019–2028 гг., литров в год



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

В 2023 г. объем продаж соковой продукции Саудовской Аравии в стоимостном выражении составил 2 061,9 млн долл. США (+5,0% к 2022 г.). Согласно оценкам, в 2028 г. показатель достигнет 2 768,4 млн долл. США.

Рис. 14. Объем продаж соковой продукции в Саудовской Аравии в стоимостном выражении, 2019–2028 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

В структуре потребления соковой продукции в Саудовской Аравии в натуральном выражении в 2023 г. основную долю занимали сокосодержащие напитки (53,3% или 472,8 млн литров). При этом объем потребления данного вида соковой продукции за последние пять лет сократился на 33,2% (относительно 2019 г.). Значимая доля приходится на нектары (28,6% или 253,3 млн литров) и восстановленный натуральный сок (17,4% или 154,6 млн литров).

Основное снижение объемов потребления в 2019–2023 гг. произошло за счет сокосодержащих напитков, при этом потребление нектаров и натурального сока оставалось на прежнем уровне. В 2024–2028 гг. ожидается сохранение тенденции изменения структуры потребления: основным драйвером роста будет увеличение объемов потребления натуральных соков и нектаров.

Табл. 3. Структура потребления соковой продукции в Саудовской Аравии по видам в натуральном выражении, 2019–2028 гг., млн литров

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
Сокосодержащие напитки	707,7	540,9	501,5	484,6	472,8	470,6	471,1	474,1	480,1	488,3
Нектар	247,0	219,1	229,9	242,2	253,3	262,2	270,0	277,5	284,6	291,4

Продолжение табл. 3.

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
Натуральный сок	161,4	143,1	144,6	150,4	158,4	166,7	174,9	184,5	193,6	203,5
Восстановленный натуральный сок	158,0	139,8	141,1	146,7	154,6	162,7	170,7	180,0	188,7	198,1
Сок прямого отжима	3,4	3,3	3,4	3,6	3,8	4,0	4,2	4,5	4,9	5,4
Вода кокосовая и других растений	1,6	1,7	1,7	1,8	2,0	2,2	2,5	2,9	3,4	4,0
Итого	1 117,8	904,8	877,7	878,9	886,4	901,7	918,5	938,9	961,7	987,2

Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

Рис. 15. Структура потребления соковой продукции в Саудовской Аравии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Сокодержажие напитки в 2023 г. обеспечили 44,1% объема продаж соковой продукции в Саудовской Аравии (909,2 млн долл. США). Нектары заняли 37,4% (771,7 млн долл. США), натуральные соки — 17,2% (354,2 млн долл. США).

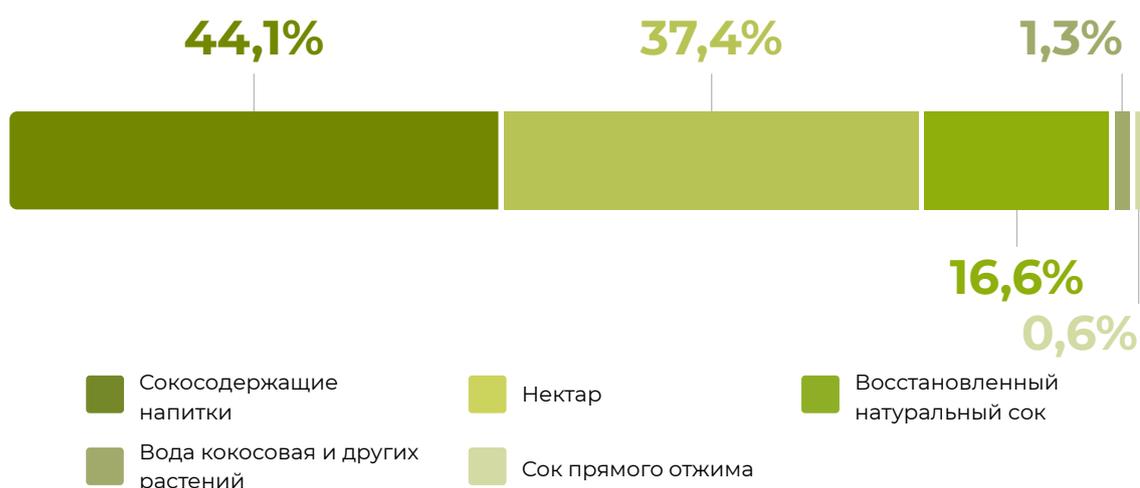
Табл. 4. Структура продаж соковой продукции в Саудовской Аравии по видам в стоимостном выражении, 2019–2028 гг., млн долл. США

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
Сокосодержащие напитки	852,2	939,5	900,1	899,9	909,2	937,8	972,4	1 015,9	1 069,4	1 133,2
Нектар	504,4	616,0	660,2	717,3	771,7	822,1	868,5	917,1	965,6	1 015,7
Натуральный сок	291,1	273,0	293,5	321,5	354,2	392,2	430,3	473,4	516,6	562,8
Восстановленный натуральный сок	283,0	264,6	284,2	311,2	342,8	379,5	416,1	457,4	498,1	541,4
Сок прямого отжима	8,1	8,4	9,3	10,4	11,4	12,7	14,2	16,0	18,4	21,4
Вода кокосовая и других растений	14,0	20,9	21,8	24,1	26,8	30,4	34,9	40,5	47,6	56,7
Итого	1 661,7	1 849,4	1 875,6	1 962,9	2 061,9	2 182,6	2 306,0	2 446,9	2 599,2	2 768,4

Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

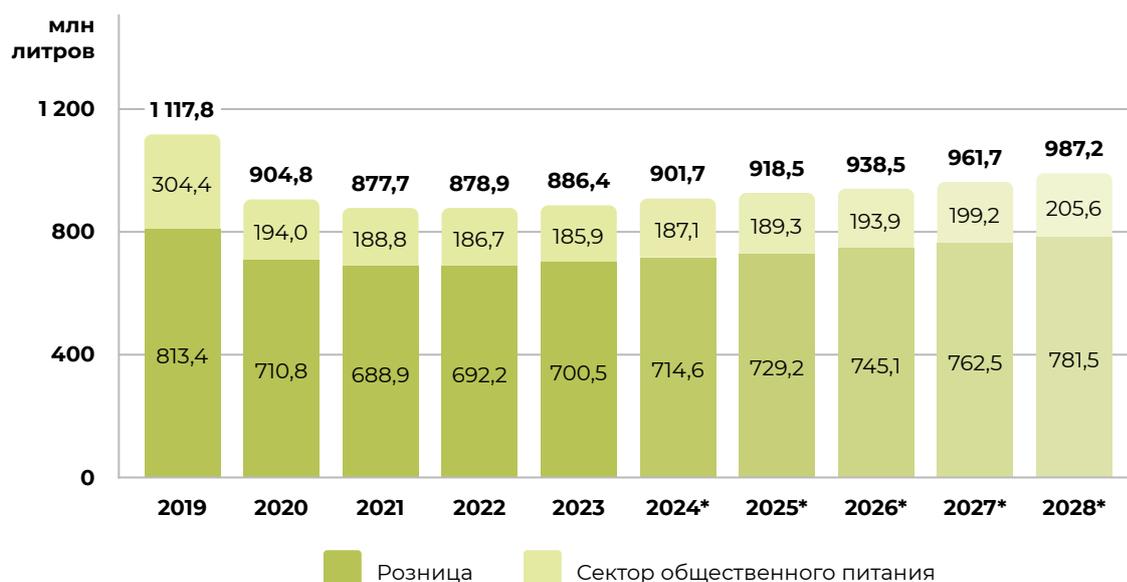
Рис. 16. Структура продаж соковой продукции в Саудовской Аравии по видам в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Основная часть потребления соковой продукции приходится на розничные продажи. В 2023 г. доля розничного канала составила 79,0% общего объема в натуральном выражении. Объемы продаж в секторе общественного питания снизились в период пандемии с 304,4 млн литров в 2019 г. до 194 млн литров в 2020 г. и в 2023 г. не восстановились до прежних уровней, составив 185,9 млн литров.

Рис. 17. Структура потребления соковой продукции Саудовской Аравии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2028 гг., млн литров

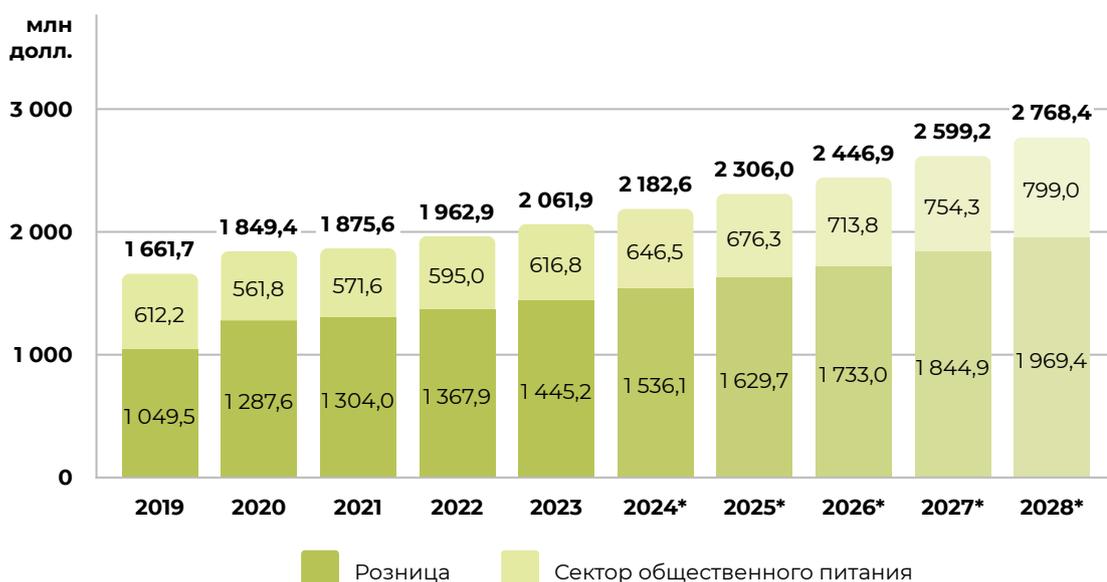


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

В стоимостном выражении доля розницы в структуре продаж соковой продукции по итогам 2023 г. составила 70,1%. Среднегодовые темпы роста продаж в розничном канале сбыта в 2019–2023 гг. оцениваются на уровне 8,3% в год. Продажи в секторе общественного питания восстановились в абсолютных цифрах — 616,8 млн долл. США в 2023 г. против 612,2 млн долл. США в 2019 г. Однако доля этого канала все еще не восстановилась после пандемии и в 2023 г. составляла 29,9% (36,8% в 2019 г.).

Рис. 18. Объем продаж соковой продукции в Саудовской Аравии по каналам сбыта в стоимостном выражении, 2019–2028 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г.

Сектор общественного питания занимает значительную долю в структуре потребления нектаров и натуральных соков — 32,5% и 28,7% общего объема потребления данных видов соковой продукции в натуральном выражении соответственно по итогам 2023 г. При этом в структуре потребления сокосодержащих напитков на сектор общественного питания приходилось всего 12,3%.

Рис. 19. Структура потребления различных видов соковой продукции в Саудовской Аравии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2023 г., %

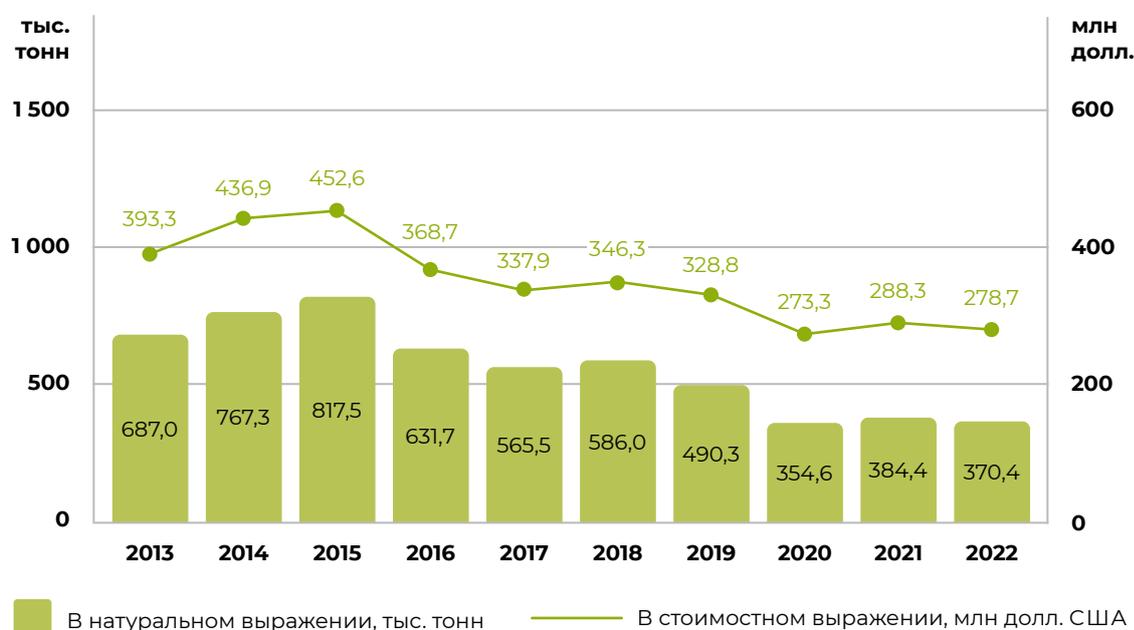


Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт

В 2022 г. Саудовская Аравия экспортировала 370,4 тыс. тонн соковой продукции на сумму 278,7 млн долл. США, что ниже уровня 2021 г. на 3,7% в натуральном выражении и на 3,3% в стоимостном. Основными покупателями соковой продукции из Саудовской Аравии являются Йемен, Оман, ОАЭ, Кувейт, Ирак, Иордания и Бахрейн, на долю которых в 2022 г. пришлось 92,8% поставок в натуральном выражении и 93,4% в стоимостном. До 2019 г. крупнейшим покупателем соковой продукции из Саудовской Аравии являлся Ирак, на который приходилось около 30% всего объема поставок, однако в последние годы объем экспорта королевства в эту страну резко сократился.

Рис. 20. Экспорт соковой продукции Саудовской Аравии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



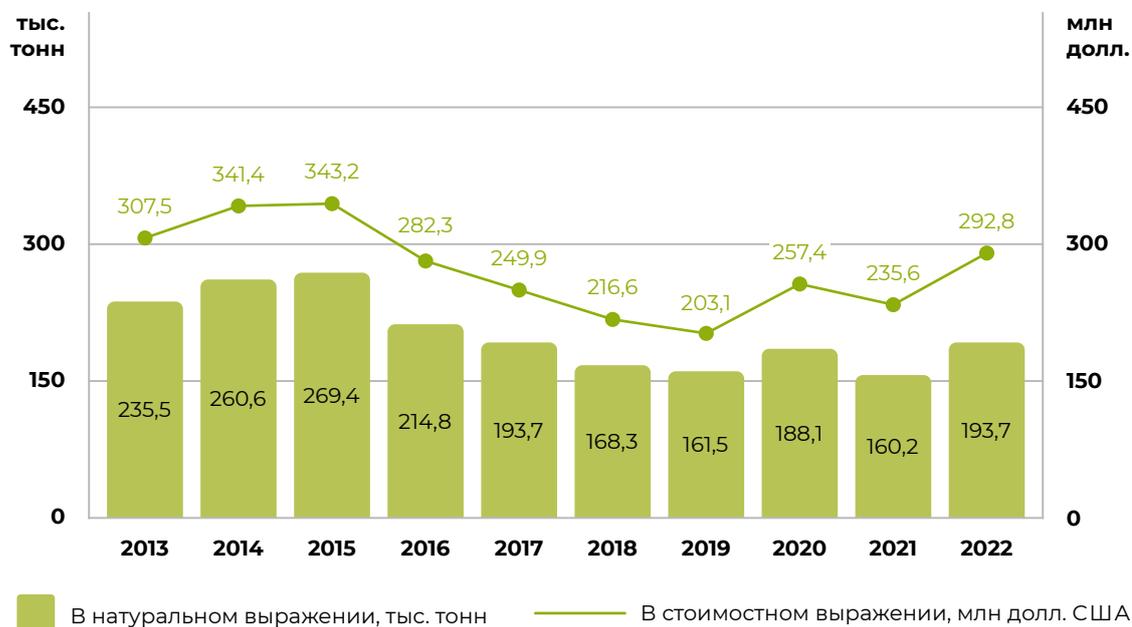
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Импорт

В 2022 г. Саудовская Аравия импортировала 193,7 тыс. тонн соковой продукции на сумму 292,8 млн долл. США, что на 20,9% выше значений 2021 г. в натуральном выражении и на 24,3% в стоимостном.

Рис. 21. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Основными экспортерами соковой продукции на рынок Саудовской Аравии выступают Индия, Испания и Кувейт. В 2022 г. эти страны поставили 23,0%, 16,6% и 12,9% от общего объема в натуральном выражении соответственно. Кроме того, заметные объемы соковой продукции поступали из Китая (5,4%), Бразилии (4,7%), Нидерландов (4,6%) и Австрии (4,4%).



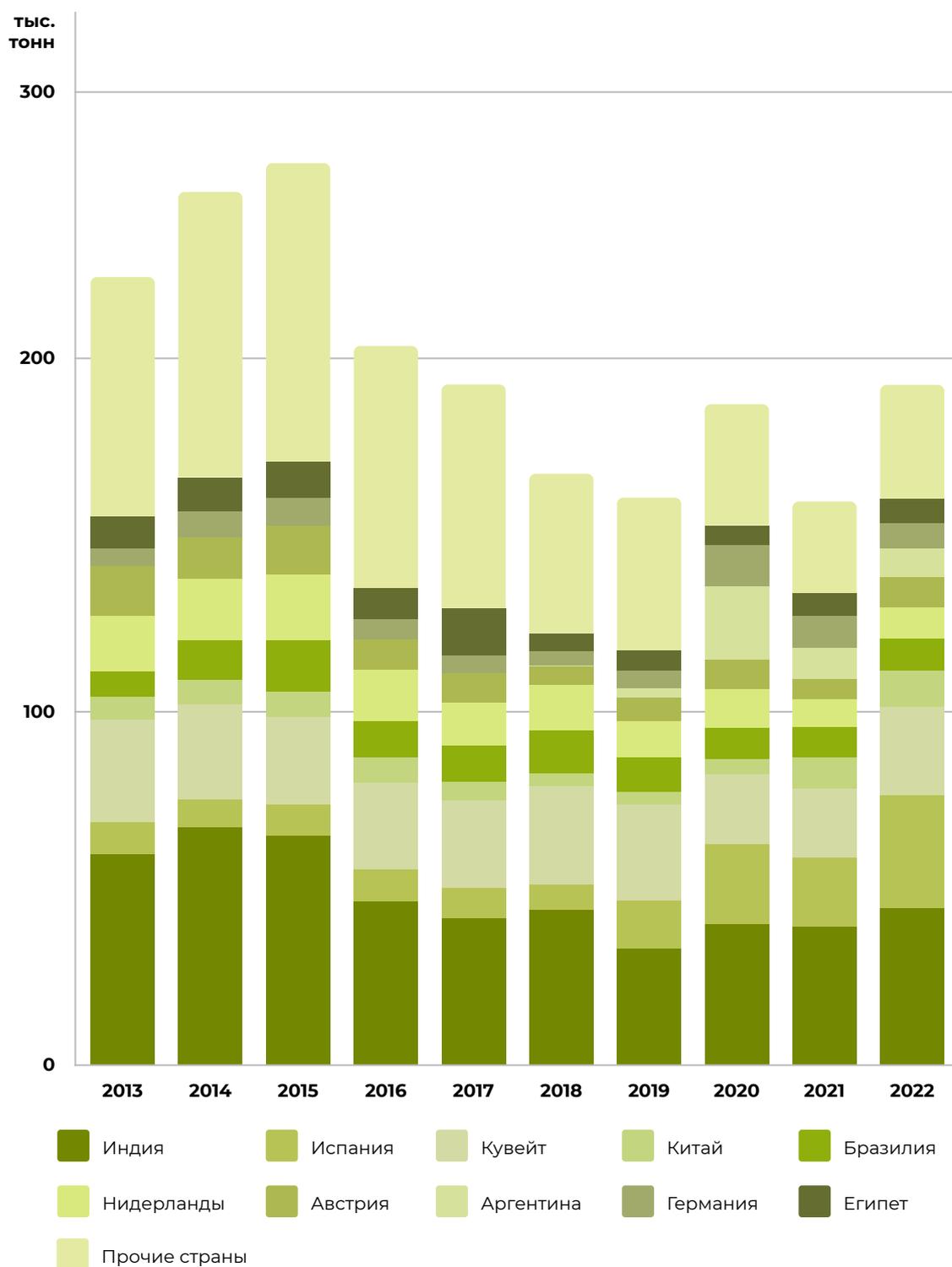
Табл. 5. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Индия	63,0	71,1	68,5	49,0	41,9	44,3	33,2	40,2	39,3	44,6	23,0
2	Испания	9,4	8,1	9,3	9,4	8,5	7,1	13,6	22,7	19,7	32,2	16,6
3	Кувейт	30,9	28,6	26,0	25,9	24,8	28,0	27,4	19,7	19,6	25,0	12,9
4	Китай	6,7	7,2	7,7	7,5	5,3	3,6	3,4	4,5	8,9	10,5	5,4
5	Бразилия	7,4	11,7	15,2	11,0	10,4	12,3	9,9	8,9	8,6	9,1	4,7
6	Нидерланды	16,7	18,6	19,7	15,2	12,1	12,9	10,4	11,0	8,0	8,8	4,6
7	Австрия	14,8	12,1	14,5	9,1	8,5	5,3	6,5	8,4	5,8	8,6	4,4
8	Аргентина	0,1	0,1	—	0,05	0,04	0,1	2,7	20,7	8,8	8,3	4,3
9	Германия	5,1	7,7	8,3	6,0	5,0	4,3	5,2	11,8	9,0	7,1	3,7
10	Египет	9,6	10,3	10,9	9,3	13,6	5,0	5,7	5,7	6,6	6,9	3,6
	Прочие страны	71,6	85,2	89,2	72,3	63,6	45,4	43,5	34,5	26,1	32,5	16,8
	Итого	235,5	260,6	269,4	214,8	193,7	168,3	161,5	188,1	160,2	193,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Рис. 22. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Крупнейшими поставщиками соковой продукции в Саудовскую Аравию в стоимостном выражении в 2022 г. являлись Испания (58,5 млн долл. США или 20,0% от общего объема импорта), Индия (51,3 млн долл. США или 17,5%) и Нидерланды (25,4 млн долл. США или 8,7%).

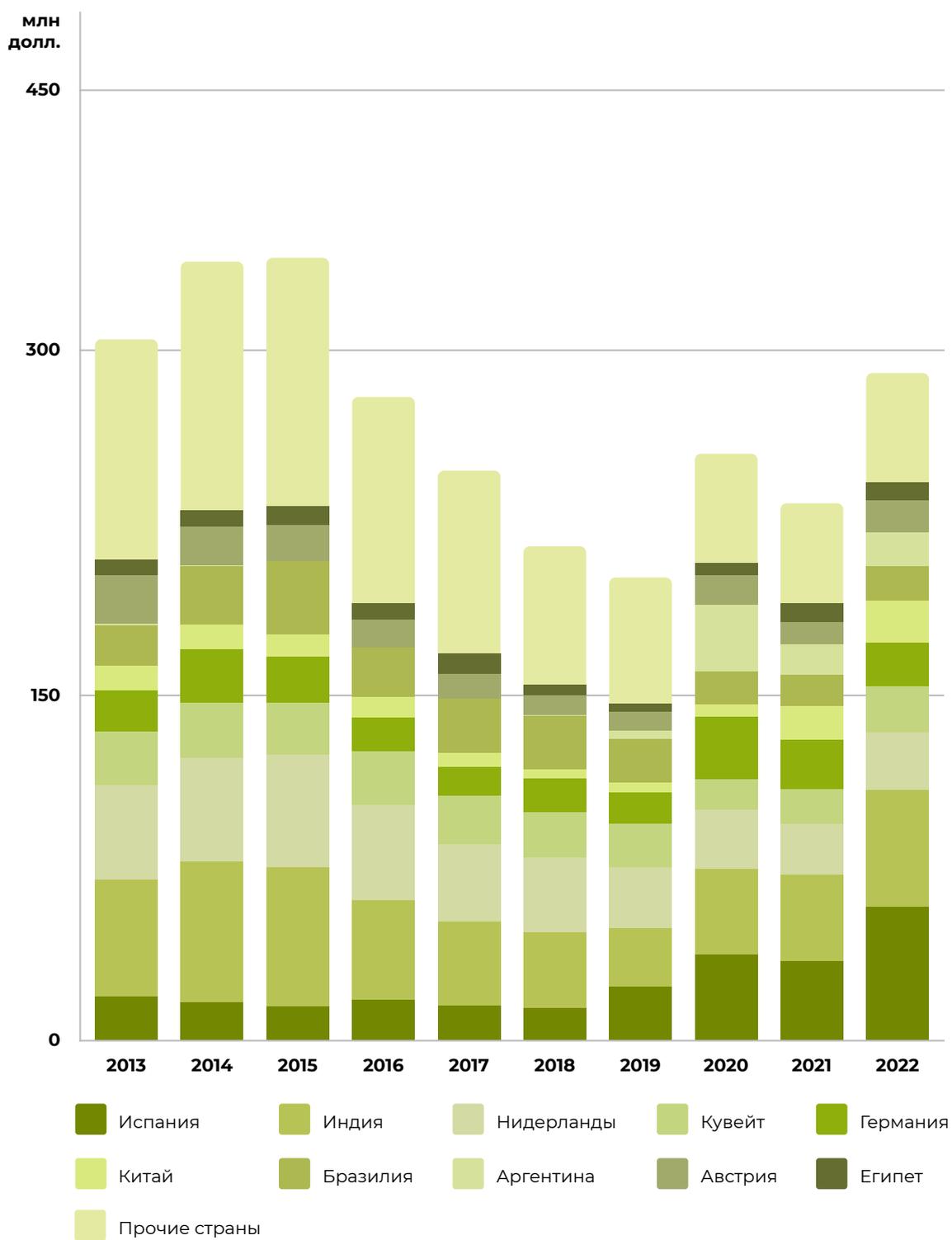
Табл. 6. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Испания	19,3	16,8	14,8	17,8	15,4	14,1	23,5	37,8	34,9	58,5	20,0
2	Индия	51,3	61,6	61,3	43,9	36,5	33,5	25,7	37,3	37,8	51,3	17,5
3	Нидерланды	41,4	45,6	49,1	41,5	34,1	32,6	26,8	26,3	22,2	25,4	8,7
4	Кувейт	23,3	24,0	22,8	23,6	21,2	19,9	19,1	13,1	15,3	20,1	6,9
5	Германия	18,2	23,7	20,2	14,8	12,9	14,8	13,6	27,5	21,8	19,2	6,6
6	Китай	10,8	10,6	9,8	9,1	5,9	4,0	4,6	5,3	14,5	18,3	6,3
7	Бразилия	17,8	25,7	32,1	21,5	23,8	23,5	19,0	14,6	14,0	15,1	5,2
8	Аргентина	0,4	0,3	—	0,1	0,1	0,2	3,6	29,2	13,0	14,9	5,1
9	Австрия	21,5	17,0	16,0	12,3	10,8	8,9	8,0	12,8	9,9	14,0	4,8
10	Египет	6,7	7,3	8,0	7,2	9,1	4,6	3,9	5,7	8,3	7,9	2,7
	Прочие страны	96,8	108,9	109,1	90,4	80,1	60,6	55,2	47,7	43,9	48,0	16,4
	Итого	307,5	341,4	343,2	282,3	249,9	216,6	203,1	257,4	235,6	292,8	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Рис. 23. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

В структуре импорта соковой продукции Саудовской Аравии в 2022 г. 31,3% объема в натуральном выражении и 27,0% в стоимостном приходились на соки из одного вида прочих фруктов и овощей (преимущественно манго). Смеси фруктовых или овощных соков заняли 20,4% в натуральном выражении и 22,9% в стоимостном. Из основных видов соков наиболее популярными являлись апельсиновый (14,8% в натуральном выражении и 16,7% в стоимостном), виноградный (14,7% и 16,1%) и яблочный (11,5% и 10,0%).

Табл. 7. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
Соки из одного вида фруктов и овощей прочие	86,8	95,0	97,0	77,5	71,9	58,9	42,0	42,3	57,8	60,7	31,3
Смеси фруктовых и/или овощных соков	70,0	74,8	74,7	58,3	51,4	50,4	38,3	41,8	29,1	39,4	20,4
Сок апельсиновый	35,9	42,8	41,8	34,1	30,4	29,0	53,0	36,3	26,1	28,7	14,8
Сок виноградный	5,9	5,4	6,4	4,8	5,9	1,8	6,7	30,8	17,1	28,5	14,7
Сок яблочный	20,0	21,4	23,7	20,1	19,0	14,1	12,0	21,5	17,4	22,2	11,5
Сок ананасовый	11,3	14,3	17,2	14,8	9,9	8,3	5,2	11,5	10,1	10,6	5,5
Соки из цитрусовых	3,8	4,9	5,8	3,7	3,2	3,6	3,0	2,7	1,6	2,1	1,1
Сок грейпфрутовый	1,7	1,8	2,4	1,5	1,7	2,0	0,8	0,9	0,9	1,2	0,6
Сок томатный	—	0,2	0,3	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,4	0,2
Итого	235,5	260,6	269,4	214,8	193,7	168,3	161,5	188,1	160,2	193,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Табл. 8. Импорт соковой продукции Саудовской Аравии по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
Соки из одного вида фруктов и овощей прочие	76,9	87,4	91,8	76,6	70,0	57,3	40,0	50,1	78,2	79,1	27,0
Смеси фруктовых и/или овощных соков	98,4	105,2	101,2	79,4	68,5	61,9	51,8	64,4	49,0	67,2	22,9

Продолжение табл. 8.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
Сок апельсиновый	69,8	80,5	78,3	58,6	58,4	54,4	75,5	53,6	44,2	48,8	16,7
Сок виноградный	8,7	8,2	9,1	7,3	7,8	4,3	9,2	43,4	25,3	47,1	16,1
Сок яблочный	31,6	32,7	27,4	26,2	22,7	19,4	15,2	26,3	22,8	29,2	10,0
Сок ананасовый	15,5	19,0	24,5	23,7	14,5	10,0	5,7	14,2	12,0	15,3	5,2
Соки из цитрусовых	4,9	6,4	8,3	8,6	6,0	6,7	4,1	3,9	2,6	3,8	1,3
Сок грейпфрутовый	1,7	2,0	2,4	1,9	1,9	2,4	1,2	1,2	1,4	1,8	0,6
Сок томатный	—	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,4	0,2
Итого	307,5	341,4	343,2	282,3	249,9	216,6	203,1	257,4	235,6	292,8	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

В 2022 г. средняя импортная цена на соковую продукцию составила 1 512 долл США за тонну (+2,8% к 2021 г.). Наиболее дорогая соковая продукция импортировалась из Нидерландов и Германии — в 1,9 и 1,8 раза выше средней цены соответственно. Самые низкие цены зафиксированы на продукцию из Кувейта (-46,7% к средней цене), Египта (-24,4%) и Индии (-24,0%).

Табл. 9. Средняя импортная цена на соковую продукцию по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	1 306	1 310	1 274	1 314	1 290	1 287	1 257	1 368	1 471	1 512	—
Нидерланды	2 478	2 458	2 494	2 728	2 828	2 520	2 572	2 386	2 765	2 884	в 1,9 раза
Германия	3 539	3 064	2 425	2 455	2 556	3 434	2 587	2 335	2 419	2 691	в 1,8 раза
Испания	2 044	2 062	1 578	1 887	1 808	1 990	1 725	1 667	1 774	1 815	20,0
Аргентина	2 957	4 135	—	2 872	3 081	2 517	1 331	1 413	1 472	1 801	19,1
Китай	1 610	1 471	1 283	1 213	1 112	1 106	1 345	1 183	1 639	1 742	15,3
Бразилия	2 411	2 201	2 116	1 961	2 288	1 917	1 930	1 635	1 625	1 658	9,7

Продолжение табл. 9.

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Австрия	1 451	1 409	1 102	1 350	1 260	1 662	1 232	1 524	1 707	1 637	8,3
Индия	814	866	895	896	872	756	774	930	964	1 149	-24,0
Египет	693	711	731	776	671	915	692	1 004	1 263	1 143	-24,4
Кувейт	753	837	878	911	857	711	699	663	784	806	-46,7

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2009.

Табл. 10. Основные страны – экспортеры соковой продукции на рынок Саудовской Аравии в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Испания	20,0	<ul style="list-style-type: none"> Испания входит в тройку основных мировых поставщиков соковой продукции наряду с Бразилией и Нидерландами. В 2023 г. объем экспорта данного вида безалкогольных напитков из страны составил 889,6 тыс. тонн на сумму 1,1 млрд долл. США. Основной вид соковой продукции, экспортируемой из Испании в Саудовскую Аравию, — виноградный сок. В незначительных объемах также поставляются апельсиновый и ананасовый соки. Саудовская Аравия занимает четвертое место по импорту виноградного сока из Испании после США, Китая и Италии
2	Индия	17,5	<ul style="list-style-type: none"> Индия занимает второе место в мире после Китая по производству овощей и фруктов, а также лидирует по объему урожая бананов и манго. Потребности индийских производителей соковой продукции в сырье практически полностью обеспечиваются за счет значительного внутреннего производства фруктов и овощей. Основной вид соковой продукции, импортируемой в Саудовскую Аравию из Индии, — сок манго
3	Нидерланды	8,7	<ul style="list-style-type: none"> Нидерланды являются одним из крупнейших хабов по торговле соковой продукцией. В 2023 г. объем импорта составил 1,5 млрд долл. США, экспорта — 1,7 млрд долл. США. Основные виды соковой продукции, импортируемой в Саудовскую Аравию из Нидерландов, — смеси соков, а также апельсиновый и ананасовый соки

Продолжение табл. 10.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	Кувейт	6,9	<ul style="list-style-type: none"> Саудовская Аравия является крупнейшим импортером соковой продукции из Кувейта, занимая более 65% всего объема экспорта страны. Кувейт — один из основных поставщиков яблочного сока в Саудовскую Аравию наряду с Австрией, Китаем и Германией
5	Германия	6,6	<ul style="list-style-type: none"> Германия входит в десятку крупнейших экспортеров соковой продукции. В 2023 г. объем поставок на внешние рынки составил 881,2 млн долл. США. Германия является одним из ключевых поставщиков яблочного сока в Саудовскую Аравию наряду с Австрией, Китаем и Кувейтом

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Высокий уровень потребления соковой продукции в Саудовской Аравии

Жаркий климат, высокие среднедушевые доходы, а также развитие туризма обеспечивают спрос на разнообразную соковую продукцию в Саудовской Аравии. При этом востребованность отдельных видов соковой продукции различается и во многом зависит от влияния тренда на здоровый образ жизни.

За 2019–2023 гг. потребление безалкогольных напитков в натуральном выражении увеличивалось в среднем на 2,5% в год и в 2023 г. достигло 11,1 млрд литров. Доля соковой продукции в общем объеме составила 8,0%. Потребление соковой продукции на душу населения по итогам 2023 г. оценивалось примерно в 27,0 литров на человека в год, что сопоставимо со среднеевропейским уровнем.

В рамках реализации стратегии Saudi Vision 2030 в страну планируется привлечь более 100 млн туристов к 2030 г., что обеспечит устойчивый и стабильный рост объемов продаж соковой продукции уже в ближайшей перспективе. Наряду с религиозным в Саудовской Аравии предусмотрено также развитие развлекательного, событийного и спортивного туризма, включая организацию крупных спортивных и развлекательных мероприятий, в т.ч. чемпионатов по футболу, теннису, гольфу и автогонкам (например, «Формула-1»).

Местные особенности потребления соковой продукции

В структуре потребления соковой продукции Саудовской Аравии наибольшую долю занимают сокосодержащие напитки (53,3%), нектары (28,6%) и восстановленные натуральные соки (17,4%).

Большинство потребителей предпочитают фруктовые вкусы, в том числе тропические фрукты, цитрусовые и ягоды, на которые приходится более 35% доли рынка. Топ-3 самых популярных вкусов натуральных соков — апельсин, яблоко, ананас; нектаров — манго, гуава, апельсин; сокосодержащих напитков — апельсин, манго, ягоды. Потребителей все больше привлекают напитки, отличающиеся новизной составов и экзотическими вкусами.

Соковая продукция потребляется всеми возрастными группами, однако самый высокий уровень потребления отмечается в группе от 20 до 40 лет. Это связано с растущей долей населения в возрасте от 20 до 30 лет, увеличением их располагаемого дохода и изменением образа жизни. Молодые потребители открыты новым продуктам, поэтому напитки с необычными вкусами и яркими упаковками пользуются повышенным спросом.

В стране сложились национальные традиции потребления соковой продукции и выделяются наиболее известные и любимые потребителями вкусы. Например, саудовский кулер (Saudi Cooler) — напиток, который называют «саудовским шампанским», — представляет собой смесь яблочного сока и газированной воды с тонкими ломтиками апельсинов, лимонов, яблок и веточками свежей мяты. Его часто предлагают в отелях и ресторанах. Сок манго также очень популярен среди саудовцев и представлен в рознице как самостоятельно так и в составе других фруктовых соков, чаще всего авокадо, гуавы и клубники. Сок манго нередко добавляют в соковые коктейли, наиболее востребован манговый мохито. Большим спросом пользуется лимонно-мятный напиток лимонана из свежесжатого лимонного сока, мяты, сахара и воды. Лимонана имеет множество модификаций, например с добавлением клубничного сока⁴.

Нельзя не отметить напиток Vimto, который особенно востребован во время Рамадана. Это фруктовый безалкогольный напиток, содержащий сок винограда, малины и черной смородины, приправленный травами и специями. В период Рамадана Vimto подают повсюду: напиток стоит на каждом столе для ифтара (вечерний прием пищи в пост).

⁴ [Nonalcoholic Saudi Cooler](#). Saudi. Welcome to Arabia.

Предпочтения в отношении объема и материала упаковки

В стране наблюдается заметный рост продаж соков местных и зарубежных брендов в упаковках небольшого объема: до 200 мл и от 200 до 400 мл. Доля реализуемой в таких упаковках соковой продукции составляет 68%. Востребованность упаковок небольшого объема связана в первую очередь с удобством потребления, поскольку их легче взять с собой в дорогу. Почти 30% продукции продается в упаковках от 1 л (1,3 или 1,4 л). По данным EMIS и Euromonitor International, наиболее часто используются многослойные картонные упаковки типа комбиблок, тетрабрик и тетраблок (47,2%), а также твердый пластик (35%), реже — стеклянная (11%) и металлическая (6,7%) тара, а также тара из гибкого пластика (1,5%).

Ключевые каналы сбыта соковой продукции на саудовском рынке

Потребителей все больше привлекает удобство покупок в супер- и гипермаркетах, на долю которых приходится почти 56% всего объема розничных продаж соковой продукции. В этих магазинах обычно представлен самый широкий ассортимент брендов, а также есть возможность онлайн-покупок и доставки. Небольшие бакалейные лавки утратили прежнюю значимость (8,3% всего объема продаж), однако некоторые покупатели выбирают их из-за близости к дому.

Розничная электронная коммерция является наиболее динамичным каналом продаж соков (6% объема розничных продаж), поскольку потребители оценили удобство приобретения продуктов через интернет. Кроме того, в сети появляются все больше площадок, где можно купить соковую продукцию.

Растущий канал продаж соков — заправочные станции, число которых увеличивается. Королевство инвестирует значительные средства в развитие транспортной инфраструктуры, что, вероятно, приведет к росту продаж соков через указанный канал. Заправочные станции среди прочего предоставляют услуги общественного питания и розничной торговли. Например, крупный ретейлер Danube Express открыл свои магазины на заправочных станциях по всей Саудовской Аравии.

Среди посетителей кафе и ресторанов соки (в том числе свежевыжатые) пользуются спросом и как самостоятельные напитки, и в составе коктейлей и лимонадов. В секторе общественного питания потребляется 21% соковой продукции.

Многие потребители отдают предпочтение свежевыжатому соку, особенно если цены на него сопоставимы с пакетированной продукцией. Так, в Саудовской Аравии увеличилось число магазинов, реализующих свежие соки. Например, компания Joe & The Juice недавно открыла свой первый магазин в стране в партнерстве с The Independent Food; Cenomi Retail подписала договор франчайзинга с Jamba и запустила три соковых бара Jamba в конце 2023 г. К 2028 г. планируется открыть еще более 30 торговых точек.

Наиболее популярные бренды соков

Среди популярных брендов соковой продукции лидирует Almarai благодаря широкому ассортименту в трех наиболее востребованных категориях: восстановленный 100%-ный сок, сокосодержащие напитки (до 24% сока) и нектары (25–99% сока). Продукты Almarai не содержат добавленного сахара и консервантов. Компания также предлагает премиальную линейку Farms Select, ориентированную на более состоятельных потребителей. Наряду с признанными брендами соков (например, Al Rabie, Nadec, Suntop, Original, Nada, Rani) на рынок выводятся новые, менее известные бренды, а ретейлеры начинают запускать линии под собственными торговыми марками.

Саудовская компания Al-Othman Agri Prod & Proc занимает ключевые позиции по продажам 100%-ных неконцентрированных соков под своим брендом Nada и апельсинового сока под брендом Florida Natural. Данная продукция ориентирована на потребителей, ценящих натуральный состав и высокое содержание витаминов и микроэлементов. Предлагается широкая линейка натуральных соков (более десяти фруктовых вкусов), а также восстановленный натуральный сок длительного хранения.

Из менее крупных производителей в среднем ценовом сегменте популярностью пользуется продукция кувейтско-датской молочной компании KDD, выпускающей широкий ассортимент фруктовых соков, изготовленных из натуральных фруктов без добавления сахара, красителей и консервантов.

В категории сокосодержащих напитков наиболее распространен и востребован фруктовый напиток Vimto.



Тенденции в потреблении

Изменение структуры потребления

На саудовском рынке соковой продукции происходит снижение спроса на сокосодержащие напитки параллельно с ростом потребления нектаров, натуральных соков и кокосовой воды. Прогнозируется, что в 2023–2028 гг. потребление соковой продукции будет увеличиваться в среднем на 2,2% в год и к 2028 г. достигнет 987,2 млн литров или 27,2 литра на душу населения (подробнее см. раздел [2.1](#)). При этом за указанный период доля сокосодержащих напитков может снизиться с 53,3 до 49,5%, в то время как доля нектаров вырастет с 28,6 до 29,5%, а натуральных соков — с 17,9 до 20,6%. Также ожидается смещение спроса в сторону напитков с низким содержанием сахара (в том числе добавленного), без добавления красителей и консервантов.

Повышенный интерес потребителей к полезным для здоровья напиткам

В рамках стратегии Saudi Vision 2030 правительство Саудовской Аравии реализует политику поддержки активного образа жизни и здорового питания среди населения страны. В связи с этим были введены налоговые ограничения: 50%-ный налог на сахаросодержащие напитки, 100%-ный — на энергетические и 50%-ный — на газированные. Кроме того, в 2022 г. с целью соблюдения принятых санитарных требований Министерство образования выпустило [запрет](#) на потребление в школах ряда безалкогольных напитков, включая газированные, спортивные, энергетические напитки и холодные чаи. Под запрет попала также соковая продукция, содержащая искусственные красители.

Помимо того, среди жителей страны и туристов пользуются популярностью магазины, в которых для производства соков и смузи используются свежие, натуральные ингредиенты. Ведущие игроки рынка уже реагируют на этот тренд, подчеркивая натуральность и полезность своей продукции для здоровья, например путем перехода на прозрачные бутылки, которые позволяют потребителю видеть продукт.

По экспертным оценкам, производители соковой продукции будут ориентироваться на расширение ассортимента полезных для здоровья напитков. Увеличивается линейка продуктов без добавления сахара, с низким содержанием калорий и повышенным — витаминов и иных полезных ингредиентов; упор делается на органические соки, а также соки в более яркой и экологичной упаковке.

Сокосодержащие напитки (с содержанием сока до 24%), скорее всего, останутся крупнейшей категорией соков в среднесрочной перспективе. Однако в данной товарной позиции вероятно, будет наблюдаться самый медленный рост объемов потребления, так как эти напитки все чаще воспринимаются покупателями как наименее полезные для здоровья в сравнении с натуральными соками.

Поскольку культура потребления овощных соков в стране еще не сложилась, этот сегмент может стать перспективной нишей для российских экспортеров.

Товары-субституты

По данным Euromonitor International, лидером саудовского рынка безалкогольных напитков является бутилированная вода, потребление которой уверенно росло на протяжении последних пяти лет. Вода реализуется как через каналы розничной торговли, так и через сектор общественного питания, привлекая потребителей более низкой ценой по сравнению с соковой продукцией.

Кроме того, довольно большое число напитков может выступать субститутами разных видов соковой продукции. Так, саудовцы с удовольствием потребляют свежавыжатые соки, набирают популярность смузи, которые часто воспринимаются как здоровая альтернатива упакованным сокам. Потребители фруктовых и ягодных соков относительно легко могут переключиться на сладкие слабогазированные и негазированные напитки, которые широко представлены под брендами Pepsi, 7-Up, Almarai, Mountain Dew и др. Соки с пониженным содержанием сахара или без сахара могут замещаться различными диетическими напитками, такими как лимонад, витаминизированная вода, холодный чай и кофе, представленными множеством брендов (например, Diet Pepsi, Evian, Nova и др.).

Среди жителей (преимущественно мужчин) некоторых стран Ближнего Востока, включая Саудовскую Аравию, набирает популярность безалкогольное пиво с фруктовыми и солодовыми вкусами таких брендов, как Barbican, Holsten, Nada.

2.3. Торгово-распределительная сеть

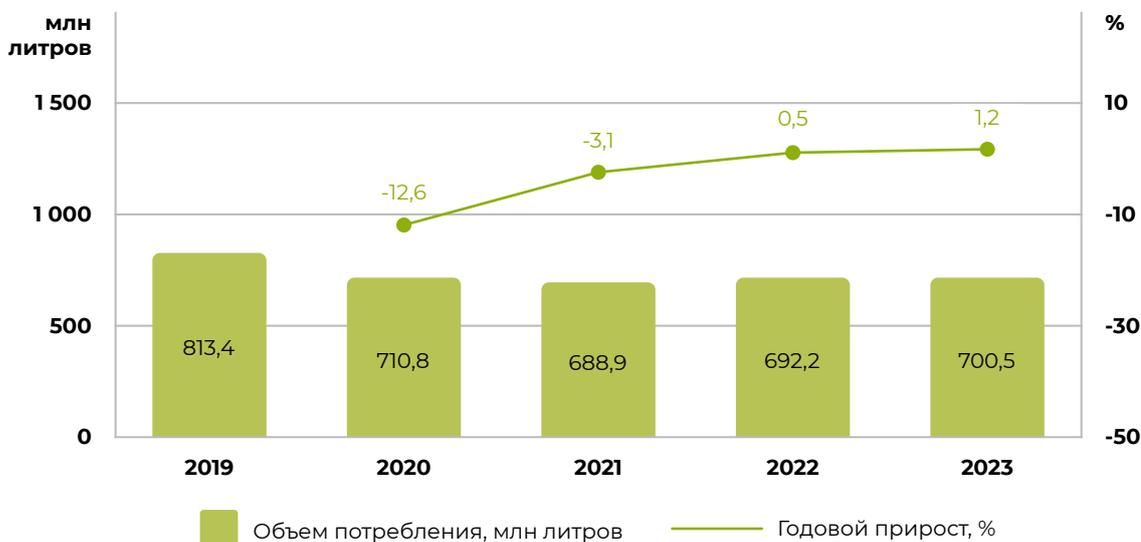
Соковая продукция является одной из наиболее популярных категорий напитков в Саудовской Аравии, чему способствуют жаркий климат и устоявшаяся культура потребления этой продукции. Основные каналы сбыта соковой продукции в королевстве — розничная торговля (79,0% продаж в натуральном выражении) и сектор общественного питания (21,0%).

Розничная торговля

Сектор розничной торговли — ключевой канал сбыта соковой продукции в Саудовской Аравии, спрос на соки здесь стабильно высокий. Соки часто приобретают как альтернативу газированным напиткам. С популяризацией здорового образа жизни многие саудовцы стремятся покупать натуральные соки без добавления сахара и консервантов. Это повышает спрос на соки органические и холодного отжима. Торговые сети, в свою очередь, расширяют ассортимент продукции, предлагая новые вкусы и форматы упаковок. Некоторые сети, например Carrefour и Panda, устанавливают в магазинах специальные аппараты, которые делают свежевыжатые соки, пользующиеся спросом у потребителей.

В 2023 г. через сектор розничной торговли реализовано 700,5 млн литров соковой продукции на 1,4 млрд долл. США, что на 1,2% в натуральном и 5,7% в стоимостном выражении выше показателей предыдущего года. В целом рынок соковой продукции демонстрирует положительную динамику. Согласно данным Euromonitor International, спрос на данный вид продукции продолжит увеличиваться и к 2028 г. объем продаж достигнет 781,5 млн литров.

Рис. 24. Потребление соковой продукции в секторе розничной торговли Саудовской Аравии в натуральном выражении, 2019–2023 гг., млн литров



Источник: EMIS, Euromonitor International

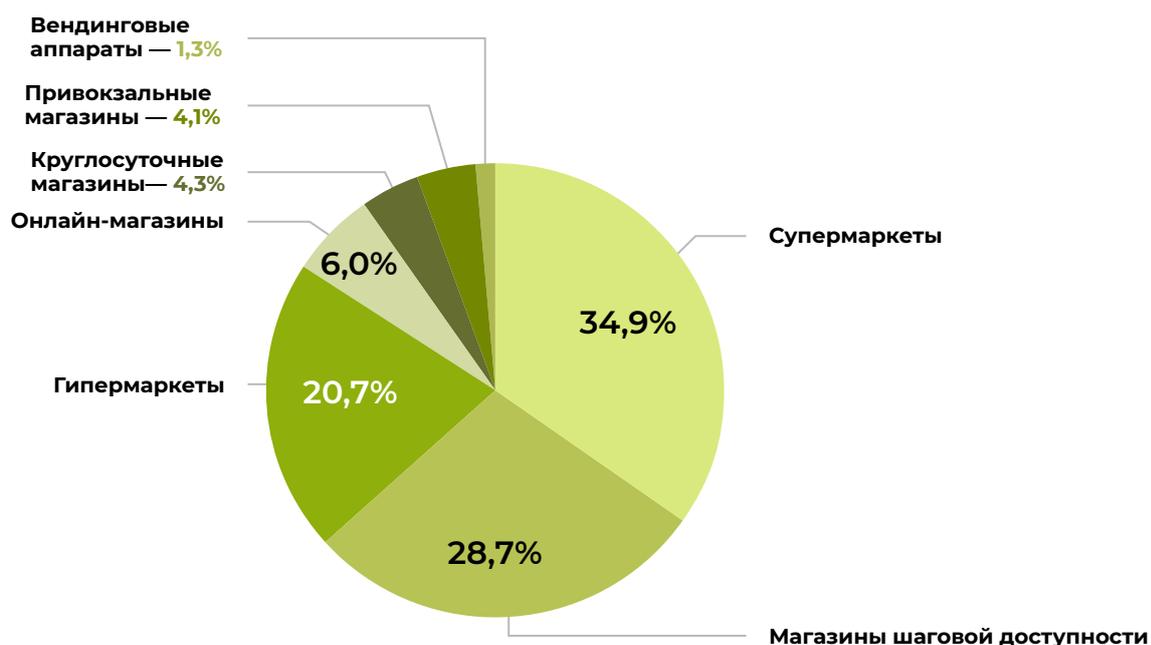
Рис. 25. Розничные продажи соковой продукции в Саудовской Аравии в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

В секторе розничной торговли Саудовской Аравии наибольшие объемы соковой продукции реализуются через супермаркеты. В 2023 г. на данный тип магазинов пришлось 34,9% продаж. За ними с отрывом следуют небольшие магазины шаговой доступности (28,7%), затем гипермаркеты (20,7%) и онлайн-магазины (6,0%).

Рис. 26. Структура потребления соковой продукции в секторе розничной торговли Саудовской Аравии по типам магазинов в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Соковая продукция поступает в продажу в пластиковых и стеклянных бутылках объемом от 140 мл, а также в тетрапаке. Наценка для реализации в розничных сетях составляет 25%.

Табл. 11. Цены на соковую продукцию в розничных сетях Саудовской Аравии

Вид продукции	Бренд	Страна происхождения	Упаковка, мл	Цена, долл. США	
				за упаковку	за 1 л
100%-ный яблочный сок без сахара	Almarai	КСА	140 (18 шт. в упаковке)	4,1	1,6
Напиток сокосодержащий ягодный	Almarai	КСА	1 400	2,0	1,4
100%-ный ананасовый сок	KDD	Кувейт	1 000	2,4	2,4
100%-ный яблочный сок без сахара	Ceasar	КСА	250	0,8	3,2
100%-ный персиковый сок	Ceres	ЕС	1 000	2,9	2,9
100%-ный яблочный сок без сахара	Nada	КСА	1 300	2,9	2,2
Сок из манго без сахара	NADEC	КСА	1 300	2,9	2,2
Яблочно-персиковый сок	Rauch	ЕС	900	5,7	6,3

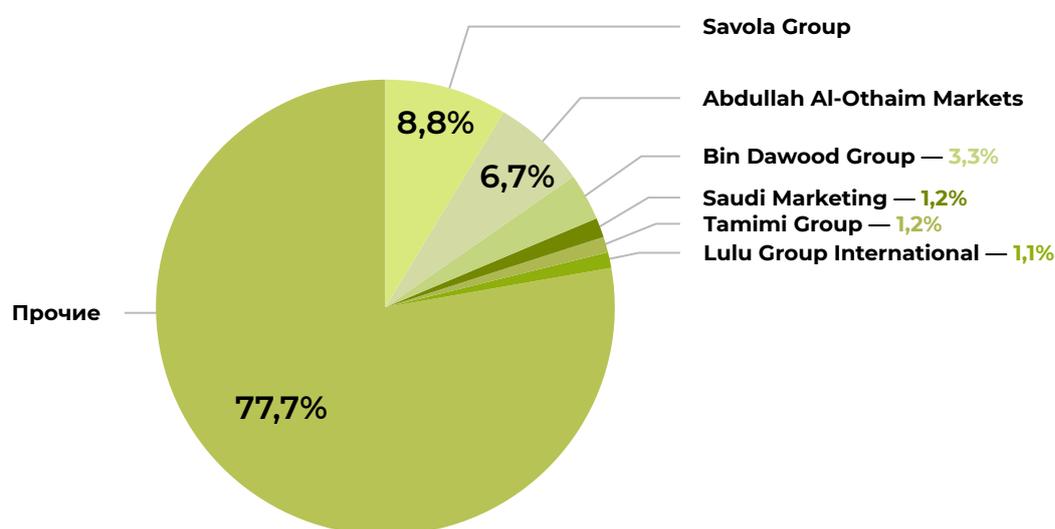
Источник: данные сайтов сетевых магазинов Саудовской Аравии ([Danube](#))



Ключевые игроки

Лидерами сектора розничной торговли Саудовской Аравии по объемам продаж являются Savola Group и Abdullah Al-Othaim Markets, которые совокупно занимают 15,5% рынка. За ними следуют Bin Dawood Group (3,3%), стремительно набирающая популярность Saudi Marketing (1,2%), Tamimi Group (1,2%) и Lulu Group International (1,1%). Розничный рынок Саудовской Аравии высококонкурентный и представлен большим числом мелких игроков, на долю которых совокупно приходится 77,7%.

Рис. 27. Ведущие розничные сети Саудовской Аравии по объемам продаж в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Savola Group — крупный холдинг Саудовской Аравии со штаб-квартирой в Джидде. Занимается производством, сбытом и экспортом продуктов питания. Холдингу принадлежит крупнейшая на Ближнем Востоке сеть розничной торговли продуктами питания Panda Retail Company. Под управлением холдинга находятся 210 продуктовых магазинов.

Othaim — одна из крупнейших розничных сетей в Саудовской Аравии и Египте. Владеет 143 супер- и гипермаркетами, а также 27 магазинами и другими торговыми точками в стране. Штаб-квартира находится в Эр-Рияде.

Bin Dawood Group — холдинг со штаб-квартирой в Джидде, владеет сетью супер- и гипермаркетов. Компания основана в 1984 г. В состав холдинга входят две розничные сети — BinDawood и Danube, объединяющие 82 магазина в 16 городах Саудовской Аравии и Бахрейна.

Saudi Marketing — одна из ведущих компаний в сфере розничной торговли в Саудовской Аравии. Основана в 1978 г., начала деятельность с управления розничной сетью Farm Superstores в Даммаме. Сегодня компания управляет сетью из 90 филиалов, а также имеет 17 минимаркетов, обслуживающих жилые комплексы премиум-класса.

Tamimi Markets — одна из крупнейших сетей супермаркетов на территории Саудовской Аравии и Бахрейна. Сетью Tamimi Markets полностью владеет и управляет группа Tamimi, основанная в 1953 г. Компании принадлежит более 100 супермаркетов по всей Саудовской Аравии.

Lulu Group International — розничный конгломерат со штаб-квартирой в ОАЭ. Управляет сетью гипер- и супермаркетов Lulu. Компания работает в 23 странах Ближнего Востока, Азии, Европы и в США. Сеть включает 34 розничных магазина в Саудовской Аравии.

Carrefour — транснациональная компания розничной торговли, одна из крупнейших в мире сетей гипермаркетов. Включает более 12 тыс. магазинов в Европе, Бразилии, Аргентине, Северной Африке и Азии, в том числе работающих под разными брендами. В Саудовской Аравии открыта 21 торговая точка сети.

Оптовая торговля

Сектор оптовой торговли в Саудовской Аравии высокодифференцированный. В стране работает ряд оптовых компаний, которые специализируются исключительно на поставках напитков, а также предприятия, поставляющие на рынок соки, кондитерские изделия, снеки и другие виды продукции. Компании, реализующие соковую продукцию, редко импортируют товары напрямую и обычно сотрудничают с импортерами и дистрибьюторами. Исключение составляют некоторые крупные розничные сети, такие как Lulu и Carrefour.

Соковая продукция в королевстве реализуется преимущественно в бутылках или тетрапаке объемом от 140 мл. В одной оптовой упаковке в среднем от 18 единиц продукции. Средняя наценка на соковую продукцию в оптовом секторе составляет 20%.

Табл. 12. Цены на соковую продукцию в секторе оптовой торговли Саудовской Аравии

Вид продукции	Бренд	Страна происхождения	Упаковка, мл	Цена, долл. США	
				за упаковку	за 1 л
Сок апельсиновый	KDD	Кувейт	1 л (4 шт. в упаковке)	7,5	1,8
Яблочный сок ультрапастеризованный	Almarai	КСА	140 мл (18 шт. в упаковке)	4,8	1,9

Продолжение табл. 12.

Вид продукции	Бренд	Страна происхождения	Упаковка, мл	Цена, долл. США	
				за упаковку	за 1 л
Напиток сокосодержащий из манго и винограда	Suntop	КСА	140 мл (18 шт. в упаковке)	3,4	1,3

Источник: данные сайтов оптовых компаний Саудовской Аравии ([Amazon.sa](https://www.amazon.sa))

Ключевые игроки

Al Anud Arabia Trading — импортер и дистрибьютор широкого перечня продуктов питания и напитков, включая соки. Компания основана в 2002 г. и начала свою деятельность в качестве оптового поставщика напитков в небольшие магазины шаговой доступности. В настоящее время является одним из крупнейших поставщиков безалкогольных напитков и товаров повседневного спроса.

Nahla Al Wadi Trading — одна из крупнейших оптовых компаний, реализует продукты питания и напитки на Ближнем Востоке. Сотрудничает с крупнейшими поставщиками продукции со всего мира и имеет одну из наиболее развитых дистрибьюторских сетей на территории страны.

Quality Trading Company — мультибрендовый импортер и дистрибьютор продуктов питания и напитков на рынке Саудовской Аравии. Крупный поставщик продуктов питания и напитков в гостинично-ресторанный сектор и государственные учреждения.

Электронная торговля

В 2023 г. на электронную торговлю пришлось 6,0% розничных продаж соковой продукции. Согласно прогнозам, в дальнейшем эта доля будет расти. Электронная торговля продуктами питания в Саудовской Аравии активно развивается и становится важной частью розничной коммерции. Этот сектор стремительно растет благодаря таким факторам, как увеличение числа интернет-пользователей, высокий уровень проникновения смартфонов и изменение потребительских предпочтений, особенно после пандемии COVID-19. Множество потребителей предпочитают делать покупки продуктов питания онлайн через популярные платформы Talabat, Carrefour Online и PandaClick. Данные площадки предлагают широкий ассортимент продуктов — от свежих овощей и фруктов до готовых блюд. Онлайн-магазины привлекают потребителей удобством и скоростью доставки. Так, многие из них предлагают доставку в течение нескольких часов, что особенно ценно в условиях жаркого климата и урбанизированной среды.

Соковая продукция поступает в продажу в пластиковых и стеклянных бутылках, а также в тетрапаке объемом от 180 мл. Средняя наценка составляет 10–30%.

Табл. 13. Цены на соковую продукцию в секторе электронной торговли Саудовской Аравии

Вид продукции	Бренд	Страна происхождения	Упаковка, мл	Цена, долл. США	
				за упаковку	за 1 л
Сокодержательный напиток мультифруктовый	Sun Blast	КСА	200 (10 шт. в упаковке)	6,4	3,2
Сок ананасовый без сахара	Almarai	КСА	1 000	3,4	3,4
100%-ный апельсиновый сок	Al Rabie	КСА	1 000	3,2	3,2
100%-ный апельсиновый сок без сахара	KDD	Кувейт	180 (24 шт. в упаковке)	7,2	1,6

Источник: данные электронных площадок Саудовской Аравии ([Carrefour](#))

Ключевые игроки

Talabat — ведущая платформа по доставке еды и продуктов в Саудовской Аравии. Основанная в Кувейте, Talabat значительно расширила свое присутствие на Ближнем Востоке, предлагая пользователям удобный доступ к тысячам ресторанов, кафе и магазинов. Через Talabat можно заказать разнообразные блюда местной и международной кухни, а также продукты питания и товары повседневного спроса.

Tamimi Markets Online — онлайн-магазин предоставляет пользователям возможность заказывать продукты и другие товары на дом. Платформа предлагает широкий ассортимент продуктов питания и напитков.

Tamer Group — один из ведущих игроков на саудовском рынке пищевых, фармацевтических и косметологических товаров. Владелец электронной торговой площадки Mumzworld, на которой продаются товары для детей, для дома, продукты питания и др. Tamer Group занимается производством, импортом и сбытом указанных товаров. Компания основана в 1922 г. Штаб-квартира расположена в Джидде.

Carrefour Online — транснациональная компания розничной торговли. Кроме офлайн-магазинов действует онлайн-площадка, которую ежедневно посещают 1,3 млн человек.

Bin Dawood Group — холдинг со штаб-квартирой в Джидде. В состав холдинга входят розничные сети BinDawood и Danube, последняя представлена также в виде платформы электронной коммерции, на которой реализуется широкий ассортимент продуктов питания и напитков.

Pandaclick — онлайн-платформа по доставке продуктов питания и товаров первой необходимости в Саудовской Аравии. Платформа предоставляет пользователям возможность заказывать на дом различные товары повседневного спроса: продукты питания, напитки, бытовую химию и др.

Amazon SA — региональная версия глобальной платформы Amazon, предоставляющая жителям Саудовской Аравии доступ к широкому ассортименту товаров: продуктам питания, электронике, одежде, бытовой технике, книгам и др. Предлагает удобный интерфейс на арабском и английском языках, быструю доставку, а также различные варианты оплаты, в том числе при доставке.

Сектор HoReCa

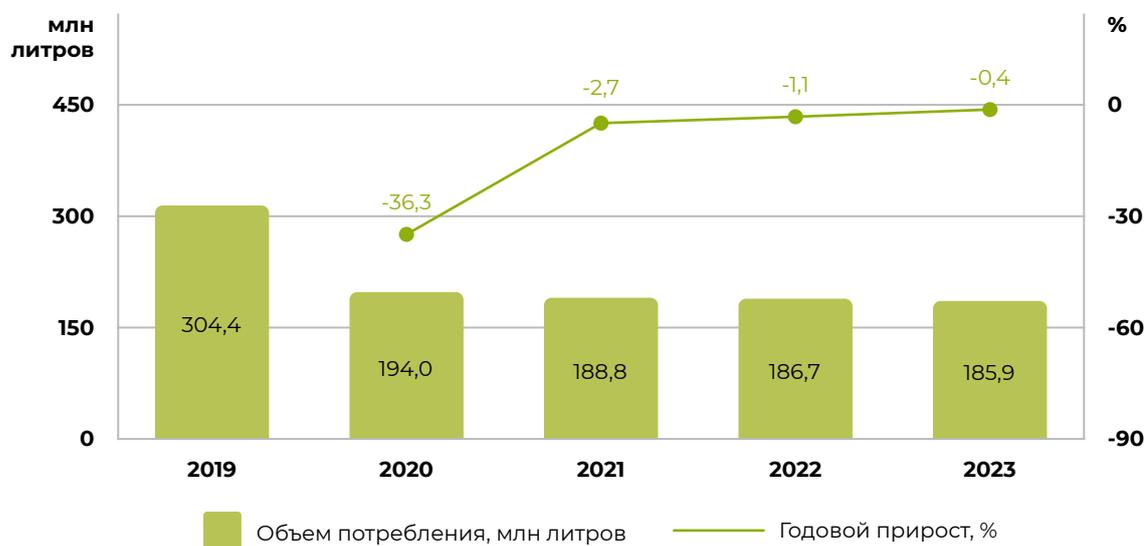
Второй по значимости канал сбыта соковой продукции в Саудовской Аравии — сектор общественного питания, на его долю в 2023 г. пришлось более 21% продаж. Гостинично-ресторанный сектор играет важную роль в экономике страны, особенно в условиях растущего потока туристов. В рамках национальной программы Saudi Vision 2030 королевство активно развивает внутренний и международный туризм, создавая новые курорты. Это способствует росту гостиничного сектора, в том числе строительству новых отелей и модернизации существующих.

Ресторанный сектор динамично развивается. В крупных городах, таких как Эр-Рияд и Джидда, открываются рестораны с различными кухнями, включая национальную, а также итальянскую, японскую, американскую и др. Фастфуд-сети, например McDonald's, Burger King и KFC, пользуются большой популярностью, особенно среди молодежи.

В 2023 г. через сектор общественного питания реализовано 185,9 млн литров соковой продукции на 616,8 млн долл. США, что на 0,4% ниже в натуральном выражении, но на 3,7% больше в стоимостном по отношению к предыдущему году. В стоимостном выражении 2023 г. стал рекордным по объемам продаж за последние пять лет, в то время как в натуральном выражении рекордные показатели (304,4 млн литров) зафиксированы в 2019 г.



Рис. 28. Потребление соковой продукции в секторе общественного питания Саудовской Аравии в натуральном выражении, 2019–2023 гг., млн литров



Источник: EMIS, Euromonitor International

Рис. 29. Объем продаж соковой продукции в секторе общественного питания Саудовской Аравии в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Табл. 14. Цены на соковую продукцию в заведениях общественного питания Саудовской Аравии

Вид продукции	Заведение	Объем, л	Цена, долл. США
Сок яблочный	TGI Fridays	0,7	7,0
Сок апельсиновый	TGI Fridays	0,5	6,0
100%-ный апельсиновый сок	McDonalds	0,5	4,2
Сок яблочный	McDonalds	0,2	2,4

Источник: данные сайтов заведений общественного питания Саудовской Аравии ([TGI Fridays](#))

Ключевые игроки

Americana Restaurants International — один из ведущих мировых операторов ресторанов быстрого питания. Сеть охватывает более 2 тыс. ресторанов в 12 странах, включая государства Ближнего Востока и Северной Африки, а также Казахстан. В портфеле компании бренды KFC, Hardees, Pizza Hut, Krispy Kreme, TGI Fridays и др.

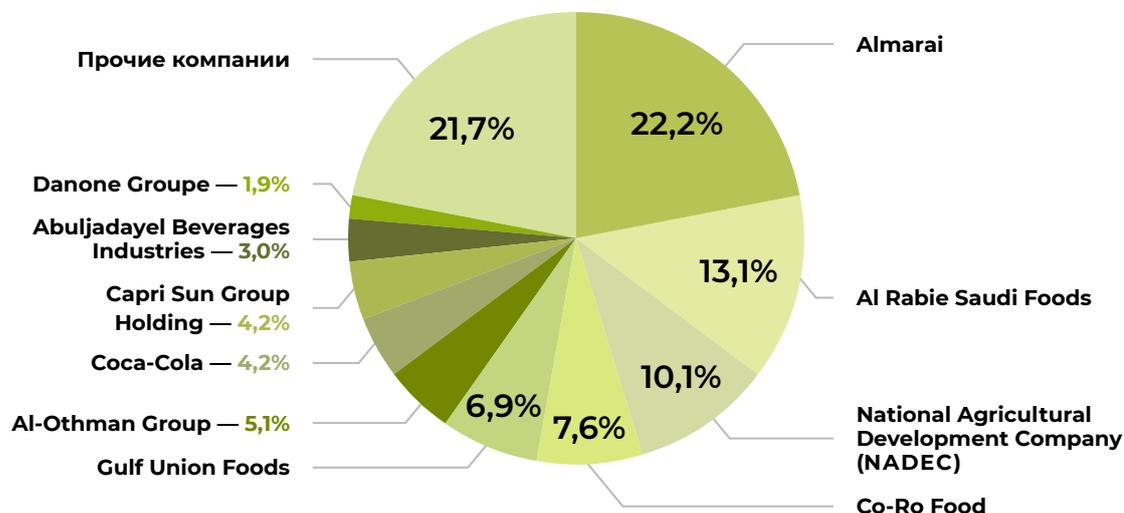
CATRION — компания основана в 1981 г. для оказания услуг по организации питания авиаперевозчику Saudi Arabian Airlines. Сегодня это диверсифицированный бизнес, компания оказывает услуги по организации питания на борту самолетов и в залах ожидания аэропортов, занимается ретейлом и кейтерингом.

Alamar Foods — оператор ресторанов быстрого обслуживания Domino's и Dunkin' Donuts на Ближнем Востоке, в Северной Африке и Пакистане. В настоящее время компания управляет 680 заведениями общественного питания и активно развивает мобильные приложения для онлайн-заказов в своих ресторанах.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Рынок соковой продукции в Саудовской Аравии высококонкурентный, здесь представлено множество местных игроков и филиалов зарубежных компаний. Топ-3 компании Almarai, Al Rabie Saudi Foods и National Agricultural Development Company совокупно занимают более 45% рынка. За ними следуют Co-Ro Food (7,6%), Gulf Union Foods (6,9%), Al-Othman Group (5,1%), Coca-Cola (4,2%) и Capri Sun Group Holding (4,2%).

Рис. 30. Структура розничных продаж соковой продукции в Саудовской Аравии по компаниям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Ведущие национальные производители

Almarai	
Страна	Саудовская Аравия
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: P.O. Box 8524, Riyadh, Saudi Arabia Тел.: +966 11 470 0005 Сайт: https://www.almarai.com/en
Описание	Саудовская мультинациональная продовольственная компания, котируется на фондовой бирже Tadawul, основана в 1977 г. Специализируется на производстве и сбыте продуктов питания: молочной и мясной продукции, кондитерских изделий, безалкогольных напитков. Головной офис находится в Эр-Рияде. Продукция компании поставляется на рынки стран Ближнего Востока и Африки для более 42 млн потребителей
Ассортиментный портфель	 <p>Размер упаковки: 180 мл 200 мл 1 л 1,4 л</p>

Al Rabie Saudi Foods	
Страна	Саудовская Аравия
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: P.O. Box 42787, Riyadh, Saudi Arabia Тел.: +966 11 498 0000 Сайт: www.alrabie.com
Описание	Одна из крупнейших саудовских закрытых акционерных компаний по производству соков на Ближнем Востоке. Основана в 1979 г. в Эр-Рияде, стала одной из первых компаний по производству молочных продуктов, соков и соусов в королевстве. Компания создала одну из наиболее развитых дистрибьюторских сетей, которая охватывает весь регион
Ассортиментный портфель	 <p>Размер упаковки: 185 мл 200 мл 1 л</p>
National Agricultural Development Company (NADEC)	
Страна	Саудовская Аравия
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: Imam Abdullah Bin Faisal Bin Turki Street, Al Muraba, P.O. Box 2557, Riyadh, Saudi Arabia Тел.: +966 11 202 7777 Сайт: https://www.nadec.com/en
Описание	Основана в 1981 г., одна из крупнейших национальных компаний Саудовской Аравии, специализируется на производстве молочной продукции, напитков и бутилированного оливкового масла. Головной офис расположен в Эр-Рияде. Компании принадлежат более 6 молочных ферм с общим поголовьем 94 тыс. коров, три современных завода общей производственной мощностью 1,5 млн литров молока и соков в день, а также 38 складов и торгово-распределительных центров. Продукция компании поставляется в большинство стран Ближнего Востока и Северной Африки

National Agricultural Development Company (NADEC)

<p>Ассортиментный портфель</p>	 <p>Размер упаковки: <input type="text" value="180 мл"/> <input type="text" value="300 мл"/> <input type="text" value="1 л"/> <input type="text" value="1,3 л"/></p>
--------------------------------	--

Al-Othman Group Holding

<p>Страна</p>	<p>Саудовская Аравия</p>
<p>Основные виды деятельности</p>	<p>Производство, импорт, экспорт, сбыт</p>
<p>Контактная информация</p>	<p>Адрес: Al-Othman Office Tower, King Saud Bin Abdulaziz Road, P.O. Box 402, Al-Khobar, Saudi Arabia Тел.: +966 13 814 5548 Сайт: www.al-othman.com</p>
<p>Описание</p>	<p>Крупный диверсифицированный конгломерат, основан в Саудовской Аравии. Работает в различных секторах, включая агробизнес, пищевую промышленность, недвижимость, строительство и инвестиции. Один из ключевых брендов в составе группы — NADA, известный в том числе молочной продукцией и соками</p>
<p>Ассортиментный портфель</p>	 <p>Размер упаковки: <input type="text" value="200 мл"/> <input type="text" value="1,5 л"/></p>

Gulf Union Foods

<p>Страна</p>	<p>Саудовская Аравия</p>
<p>Основные виды деятельности</p>	<p>Производство, импорт, экспорт, сбыт</p>
<p>Контактная информация</p>	<p>Адрес: P.O. Box 365, Riyadh, Saudi Arabia Тел.: +966 11 265 2855 Сайт: www.gulf-union.com</p>

Gulf Union Foods	
Описание	Крупный производитель напитков и пищевых продуктов, базируется в Саудовской Аравии. На рынке с 1999 г., специализируется на производстве соков, нектаров, энергетических напитков и других безалкогольных напитков. Продукция компании реализуется не только на внутреннем рынке, но и экспортируется более чем в 20 стран Ближнего Востока, Африки и Азии
Ассортиментный портфель	 <p>Размер упаковки: <input type="checkbox"/> 200 мл <input type="checkbox"/> 330 мл <input type="checkbox"/> 1 л <input type="checkbox"/> 1,5 л</p>

Ведущие иностранные поставщики

Capri Sun Group Holding	
Страна	Швейцария (завод в ОАЭ)
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	<p>Адрес: Neugasse 22, Zug, Switzerland Тел.: +41 41 768 9500 Сайт: www.capri-sun.com/en-ae/home</p>
Описание	Компания управляет брендом Capri-Sun, который является одним из самых известных производителей детских фруктовых напитков в мире. Компания основана в 1969 г. в Германии и с тех пор расширила свое присутствие более чем на 100 рынках по всему миру. Capri-Sun известен своими инновациями в упаковке, особенно мягкими пакетами с трубочкой, которые стали фирменной особенностью бренда
Ассортиментный портфель	 <p>Размер упаковки: <input type="checkbox"/> 330 мл</p>

Kuwaiti Danish Dairy	
Страна	Кувейт
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	<p>Адрес: Sabhan Industrial Area Block 1, Street 104, Building 157, P.O. Box 835, Safat, Sabhan, Kuwait</p> <p>Тел.: +96 5188 8100</p> <p>Сайт: www.kddc.com</p>
Описание	<p>Ведущий производитель молочных продуктов, в том числе мороженого, соков и др. на Ближнем Востоке. Компания основана в 1962 г. в Кувейте, зарекомендовала себя как лидера в пищевой промышленности благодаря высокому качеству своей продукции и инновациям</p>
Ассортиментный портфель	<div style="text-align: center;">  </div> <p>Размер упаковки: 180 мл 250 мл 1 л</p>
Co-Ro Food	
Страна	Дания (завод в Саудовской Аравии)
Основные виды деятельности	Производство, импорт, экспорт, сбыт
Контактная информация	<p>Адрес: Holmensvej 11, Frederikssund, Denmark</p> <p>Тел.: +45 47 365 100</p> <p>Сайт: www.co-ro.com</p>
Описание	<p>Датская компания, специализируется на производстве и продаже безалкогольных напитков и сиропов, основана в 1942 г. Одна из ведущих компаний в сегменте, реализует популярные бренды соков Sunquick, Sun Lolly и Sun Top. Продукция компании экспортируется более чем в 80 стран. Компания управляет заводами на территории Саудовской Аравии, Малайзии, Кении</p>
Ассортиментный портфель	<div style="text-align: center;">  </div> <p>Размер упаковки: 200 мл 330 мл 1 л</p>

Требования и стандарты на продукцию



3

Содержание



3.1.

Контролирующие органы

3.3.

Требования к продукции

3.2.

Требования к производителям

3.4.

Требования к упаковке и маркировке

3.1. Контролирующие органы

Контролирующие органы Российской Федерации

Евразийская экономическая комиссия — постоянно действующий наднациональный регулирующий орган Евразийского экономического союза (ЕАЭС), подчиненный Высшему Евразийскому экономическому совету. Комиссия создана решением президентов Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан. Функционирует со 2 февраля 2012 г. на основании:

- [Договора о Евразийской экономической комиссии](#) от 18.11.2011;
- [Решение Высшего Евразийского экономического совета от 23.12.2014 г. № 98](#) «О регламенте работы Евразийской экономической комиссии».

Решения комиссии обязательны для исполнения на территории государств – участников ЕАЭС, Таможенного союза и Единого экономического пространства.

Основные документы, регламентирующие требования к пищевой продукции, в том числе соковой продукции из фруктов и овощей, — [ТР ТС 021/2011](#) (ред. 22.04.2024) «О безопасности пищевой продукции»⁵.

Контролирующий орган, выдающий регистрационные номера в РФ, — Россельхознадзор.

Соковая продукция не является подконтрольной согласно [решению Комиссии Таможенного союза от 18.06.2010 № 318](#) «Об обеспечении карантина растений в Евразийском экономическом союзе» и не подлежит регистрации в Россельхознадзоре.

Контролирующие органы ССАГПЗ

Саудовская Аравия — член Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ) и Организации по стандартизации стран Персидского залива ([GSO](#)). GSO отвечает за разработку стандартов на продукты питания и непродовольственные товары. Все страны ССАГПЗ, включая Саудовскую Аравию, также имеют полномочия разрабатывать и принимать собственное национальное законодательство в области продовольствия в дополнение к по-

⁵ Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 880 (ред. от 25.11.2022) «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (вместе с ТР ТС 021/2011. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции») доступно по [ссылке](#).

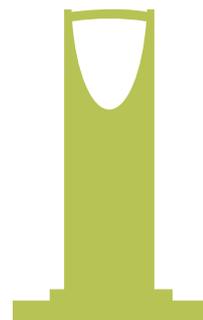
ложениям GSO. Технические регламенты и стандарты GSO, касающиеся продуктов питания, служат основным ориентиром при импорте продовольствия в регион Персидского залива. Как правило, нормативные акты формально вводятся в действие министерским указом, опубликованным в официальном правительственном вестнике каждой страны. Стандарты и технические регламенты GSO разрабатываются с учетом стандартов [Комиссии «Кодекс Алиментариус»](#), Международной организации по стандартизации (ISO), Европейского агентства по безопасности пищевых продуктов (European Food Safety Authority, [EFSA](#)) и Управления по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств США (U.S. Food and Drug Administration, [FDA](#)), однако не всегда совпадают ними.

Страны ССАГПЗ также являются членами Всемирной торговой организации (ВТО) и обязаны уведомлять ВТО о любых принимаемых стандартах или правилах. Стандарты и технические регламенты ССАГПЗ не публикуются в открытых источниках, их можно приобрести на [сайте GSO](#) в электронном или печатном виде.

Контролирующие органы Саудовской Аравии

Управление Саудовской Аравии по контролю пищевых продуктов и лекарственных средств ([SFDA](#)) устанавливает правила и стандарты, касающиеся пищевых продуктов. Оно также отвечает за инспекцию пищевых продуктов как местного, так и зарубежного производства. SFDA проводит оценку соответствия импортируемой продукции обязательным стандартам и нормам, установленным Саудовской Аравией и GSO. За выпуск стандартов в королевстве отвечает Организация по стандартизации, метрологии и качеству ([SASO](#)).

SFDA — автономная организация, контролируемая Советом директоров во главе с министром здравоохранения. Совет директоров подчиняется непосредственно королю Саудовской Аравии и включает министров здравоохранения, торговли, окружающей среды, водных ресурсов и сельского хозяйства, финансов и др., представителя Совета торгово-промышленных палат Саудовской Аравии, а также экспертов по продуктам питания и лекарствам.



3.2. Требования к производителям

От производителя требуется соблюдение национальных, региональных (GSO) и/или международных стандартов, а также использование эффективной системы управления качеством. Все этапы и условия производства экспортной продукции должны соответствовать действующим требованиям России, ЕАЭС и Саудовской Аравии. Предприятие должно разработать, внедрить и поддерживать процессы, основанные на принципах HACCP. С полной информацией о сертификации HACCP можно ознакомиться на [сайте](#) ФГБУ «Агроэкспорт».

3.3. Требования к продукции

В 2016 г. вступил в силу ряд постановлений министерства сельского хозяйства Саудовской Аравии, регламентирующих порядок обеспечения безопасности пищевых продуктов на всех этапах цепочки поставок в целях улучшения качества продуктов питания и защиты здоровья потребителей.

Сертификация «Халяль»

Большая часть населения Саудовской Аравии исповедует ислам. В стране тщательно следят за соответствием технологий производства и состава продуктов питания нормам шариата. Общие требования к халяльной продукции приведены в стандарте [GSO 2055-1:2015](#).

Сертификация «Халяль» для поставляемой в Саудовскую Аравию соковой продукции необязательна. Однако такую сертификацию могут требовать местные импортеры, в связи с чем рекомендуется ее наличие. Сертификат можно получить после прохождения инспекции SFDA или одной из аккредитованных организаций в России. Поскольку Россия имеет статус наблюдателя в Институте стандартизации и метрологии исламских стран ([Standards and Metrology Institute for Islamic Countries](#), SMIIC), сертификацию необходимо подтвердить соответствующими документами от одного из [центров сертификации](#), признанных на уровне ССАГПЗ.

Особые требования к соковой продукции

Соковая продукция (группа кодов ТН ВЭД 2009) является неподконтрольной Россельхознадзору, при экспорте в третьи страны на нее не требуется сопроводительный фитосанитарный сертификат. Однако необходимо будет оформить сертификат здоровья, подтверждающий ее безопасность для потребления в стране-импортере. В России нет уполномоченного государственного органа, оформляющего и выдающего такой документ. В настоящее время этим занимаются частные юридические компании. При осуществлении экспорта в некоторые страны или в случае требования со стороны контрагента также может возникнуть необходимость заверения сертификата здоровья в Торгово-промышленной палате Российской Федерации и в посольстве целевой страны.

Основные требования Саудовской Аравии к сокам, нектарам и фруктовым напиткам изложены в стандарте [GSO 1820:2021](#), требования к маркировке — в стандарте [GSO 2577:2015](#). GSO 1820:2021 содержит:

- термины и определения (определения фруктового сока, восстановленного фруктового сока, концентрата фруктового сока, фруктового пюре, нектара и фруктового напитка);
- перечни ингредиентов;
- показатели и критерии качества;
- требования к соковой продукции, включая органолептические свойства, разрешенные добавки, нормы содержания веществ;
- основные требования к упаковке, транспортировке и хранению.

Неофициальный перевод некоторых положений стандарта GSO 1820:2021 приведен в [Приложении № 1](#).

Порядок проведения лабораторного контроля соковой продукции для получения доступа на рынок Саудовской Аравии

Оперативный отдел SFDA проверяет импортируемые продукты питания в точках ввоза и проводит тестирование образцов (главным образом в собственных лабораториях, однако при необходимости использует другие государственные или аккредитованные частные лаборатории).

Выпущенный SFDA регламент [«Условия и требования по импорту пищевых продуктов в Саудовскую Аравию»](#) обязывает компетентные органы стран-экспортеров проверять поставляемые в Саудовскую Аравию продукты питания на соответствие правилам, принятым в королевстве для защиты здоровья людей, животных и растений. Представители официальных органов стран-экспортеров должны знать все правила и стандарты SFDA и/или GSO.

Испытательные лаборатории должны зарегистрироваться в SFDA. Для этого необходимо:

- 1) Подать заявку на регистрацию в SFDA и заполнить соответствующие формы.
- 2) Получить лицензию SFDA.
- 3) Пройти аккредитацию в компетентном органе.
- 4) Определить, какие типы аккредитованных тестов проводятся.
- 5) Соответствовать требованиям к лабораторной информации.
- 6) Соответствовать любым другим требованиям, установленным и опубликованным на сайте SFDA.

Перечени зарегистрированных и аттестованных лабораторий доступны по ссылкам: [Saudi Label & Standard \(saso.gov.sa\)](http://saso.gov.sa), [Examination-and-testing-AR.pdf \(saso.gov.sa\)](#)

Условия и процедуры регистрации определяются [Законом № 3-16-1439](#) «О пищевой продукции».

Отбор проб пищевых продуктов проводится в соответствии с требованиями:

- факт отбора проб документируется в отчете, подписанном инспектором или лицом, уполномоченным SFDA, а также владельцем организации, осуществляющей производство или поставки пищевой продукции либо лицом, официально действующим от его имени;
- отбор проб проводится бесплатно и в соответствии с правилами, принятыми SFDA, при условии, что количество тестируемых образцов ограничено потребностями лабораторных исследований;
- образцы продукции отправляются на анализ в лаборатории SFDA или при необходимости в другие зарегистрированные SFDA лаборатории, расположенные в Саудовской Аравии или за рубежом.

Если анализ выявит несоответствие пищевой продукции действующим требованиям, SFDA составляет технический отчет и предпринимает соответствующие действия, в том числе уведомляет производителя или импортера о резуль-

татах анализа. Предприятие имеет право обжаловать результаты анализа, для этого необходимо подать апелляцию в SFDA в течение 10 рабочих дней с даты уведомления.

Основные риски, ошибки и последствия

Отгрузка на экспорт в Саудовскую Аравию соковой продукции, не соответствующей требованиям законодательства королевства, может привести к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению такой продукции. Производитель может лишиться регистрации. Неоднократное повторение подобных случаев грозит потерей рынка Саудовской Аравии для всех российских производителей.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, ошибки в маркировке и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании экспортных поставок в Саудовскую Аравию необходимо учитывать остаточный срок годности продукции, а также время, которое будет затрачено на логистику.

Важно следить за соответствием производства требованиям шариата и сертифицирующего органа. Нарушения и некорректно оформленные документы могут грозить аннулированием сертификата «Халяль» у предприятия и потерей доверия к сертификационному органу.

3.4. Требования к упаковке и маркировке

Общие требования к маркировке

В общем случае маркировка импортных и местных пищевых продуктов должна отвечать требованиям стандарта [GSO 9:2022](#). Неофициальный перевод стандарта (версия 2013 г.) доступен по [ссылке](#).

Информация в маркировке должна быть на арабском языке. При необходимости можно добавить информацию на иностранном языке, при условии, что она полностью идентична представленной на арабском языке. Маркировка должна включать следующие сведения:

- наименование продукта;
- наименование упаковщика;
- страна происхождения;

- список ингредиентов;
- инструкции по использованию;
- дата производства и срок годности.

Указание страны происхождения обязательно для всех продуктов в Саудовской Аравии. Если продукт подвергается переработке в другой стране, то страна переработки считается страной происхождения.

Даты производства и срока годности должны быть проштампованы или нанесены с помощью стойких чернил. Перед датой окончания срока годности ставится одна из фраз: «Дата истечения срока годности ...», «Использовать до ...», «Годен до ...», «Продать до ...». Формат даты зависит от срока годности продукта:

- для продуктов со сроком годности менее трех месяцев — ДД/ММ/ГГГГ;
- для продуктов со сроком годности более трех месяцев — ММ/ГГГГ;
- для продуктов без срока годности требуется только дата производства (ММ/ГГГГ).

Страны ССАГПЗ обязывают производителей указывать пищевую ценность продукта (количество калорий, углеводов, белков, жиров и других компонентов), согласно стандарту [GSO 2233:2021](#).

Для изготовления пищевых продуктов должны использоваться только разрешенные ингредиенты. При наличии в составе продукта пищевых добавок необходимо поместить на этикетке соответствующую информацию с указанием кодов Международной системы нумерации пищевых добавок (INS) Кодекса Алиментариус [CXG 36-1989](#).

Стандарт [GSO 2487:2021](#) содержит общие требования к маркировке пищевых продуктов, в том числе к наклеиваемым этикеткам. Саудовская Аравия начала внедрять этот стандарт в 2015 г. Согласно разделу 7.2.2.1 стандарта, если информация на арабском языке указана на дополнительной наклейке, производитель обязан предоставить ее образец импортеру для дальнейшего согласования с компетентным органом перед импортом

Перед ввозом продуктов в королевство импортер должен подать заявку на оценку этикетки через портал регистрации пищевых продуктов [FIRS](#). Оценка включает проверку информации о продукте (штрихкод, наименование, страна происхождения, срок годности и др.). FIRS — электронный сервис, предназначенный для создания и развития базы данных обо всех производителях импортных и местных продуктов питания. В базу включаются сведения о лицензированных и зарегистрированных в Саудовской Аравии производителях (наименования компаний, их уполномоченные агенты, данные о складах и пищевых продуктах).

Особые требования к маркировке соковой продукции

При экспорте соков и нектаров в Саудовскую Аравию необходимо руководствоваться требованиями стандарта [GSO 2577:2021](#) «Маркировка фруктовых соков, нектаров и фруктовых напитков».

Маркировка должна содержать в том числе следующие обязательные сведения:

- наименование продукта;
- указание концентрации сока;
- пометки о содержании дополнительных ингредиентов (мякоть, специи, сахар и др.);
- способ получения сока (из концентрата, из нектара и др.).

Подробнее требования к маркировке в зависимости от типа соковой продукции изложены в [Приложении № 2](#).

Требования к упаковке соковой продукции

Требования к упаковке соковой продукции приведены в стандарте [GSO 1820:2021](#) «Общий стандарт на фруктовые соки, морсы и нектары».

Продукт должен быть упакован в чистую, гигиеничную, безопасную, воздухо-непроницаемую, влагостойкую упаковку. В целом упаковка должна отвечать требованиям следующих технических регламентов ССАГПЗ:

- [GSO 839:2021](#) «Упаковка пищевых продуктов. Часть I. Общие требования»;
- [GSO 1863:2021](#) «Упаковка пищевых продуктов. Часть II. Общие требования к пластиковой упаковке»;
- [GSO 1024:2000](#) «Одноразовая стеклянная тара для газированных напитков»;
- [GSO 1102:2002](#) «Картонная упаковка для молочной продукции»;
- [GSO 1791:2007](#) «Круглые жестяные банки из трех частей, используемые для упаковки пищевых продуктов»;
- [GSO 1794:2007](#) «Круглые жестяные банки из двух частей, используемые для упаковки пищевых продуктов».

Особые требования к пластиковой упаковке

Саудовская Аравия планомерно запрещает использование небиоразлагаемого пластика. Согласно постановлению [SASO M.A-156-16-03-03](#), пластиковая упаковка, оберточные материалы, включая внешнюю упаковку для перевозки и внутреннюю пластиковую упаковку (стретч-пленка, термоусадочная и пузырчатая пленка, амортизирующая упаковка), используемые для импортируемых в Саудовскую Аравию продуктов питания, должны быть изготовлены из оксо-биоразлагаемого полипропилена и полиэтилена с толщиной пленки не более 250 мкм. Использование любого другого пластика для пищевой продукции не допускается. На оксо-биоразлагаемом упаковочном/амортизирующем материале должен стоять соответствующий логотип. Для нанесения логотипа производитель пластиковой упаковки должен иметь специальную лицензию от SASO.

Рис. 31. Логотипы, наносимые на оксо-биоразлагаемые упаковочные/амортизирующие материалы



Источник: [SASO](#)

Особенности и барьеры входа на рынок



4

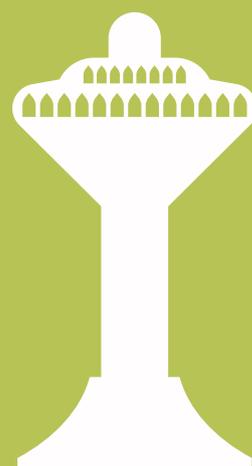
Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры



4.1. Особенности таможенных процедур

Особенности таможенных процедур в Российской Федерации при экспорте соковой продукции

Таможенные операции при экспорте товаров

Органом, уполномоченным осуществлять таможенный контроль при экспорте товаров из России, является [ФТС России](#).

Порядок экспорта сельскохозяйственной и пищевой продукции из РФ регулируется [Таможенным кодексом ЕАЭС](#), который предусматривает ряд обязательных таможенных операций в рамках таможенной процедуры экспорта:

- 1) пограничный санитарный контроль;
- 2) таможенное оформление (таможенная очистка):
 - представление товаров — уведомление таможенного органа о прибытии (фактическое предъявление товаров производится по требованию таможни);
 - декларирование товаров;
 - уплата всех необходимых пошлин, сборов и других платежей;
- 3) прохождение таможенного контроля:
 - документарный контроль;
 - таможенный осмотр или досмотр товаров;
 - иные контрольные действия;
- 4) пограничный контроль при перемещении товаров через границу РФ;
- 5) выпуск товаров с таможенной территории РФ.

Общая продолжительность таможенных процедур обычно составляет от 1 до 4 часов.

Для осуществления таможенных операций экспортеру рекомендуется привлечь специализированных подрядчиков — транспортно-экспедиторскую компанию (осуществляет перевозку и документарное сопровождение груза, а также непосредственное прохождение таможенного контроля) и/или таможенного брокера (осуществляет декларирование и таможенную очистку груза)⁶.

В случае самостоятельного декларирования экспортер должен иметь личный кабинет на [сайте](#) ФТС России⁷, а также пополнить лицевой счет для уплаты пошлин и сборов. Оформить и подать таможенную декларацию⁸ можно через сервис [Контур.Декларант](#).

Документы для декларирования товаров

Товары, экспортируемые из России, в обязательном порядке подлежат таможенному оформлению, ключевым элементом которого является подача таможенной декларации. Таможенная декларация подается только в электронном виде и по строго определенной [форме](#).

Экспортер должен подготовить нижеперечисленные документы, на основании которых будет заполнена декларация на товары ([ст. 108](#) Таможенного кодекса ЕАЭС):

- документы, подтверждающие полномочия лица, подающего декларацию:
 - договор с таможенным брокером или доверенность на сотрудника;
- документы в отношении заключенной сделки:
 - контракт со всеми дополнительными соглашениями к нему;
 - спецификация;
 - платежные документы о предоплате, если она предусмотрена контрактом;
 - инвойс (счет), отправляемый с грузом, и его перевод;
 - ведомость банковского контроля с уникальным номером контракта (УНК) при его наличии;

⁶ Подробнее см. раздел [5.1](#). «Логистика».

⁷ Для ознакомления с инструкцией по заполнению таможенных деклараций см. [решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 № 379](#).

⁸ О порядке использования Единой автоматизированной информационной системы таможенных органов при таможенном декларировании и выпуске товаров в электронной форме см. [приказ Федеральной таможенной службы от 17.09.2013 № 1761](#).

- транспортные (перевозочные) документы:
 - коносамент или CMR (в случае морской или автомобильной перевозки);
 - упаковочный лист;
 - страховка на груз;
- документы по товару (подтверждающие право владения грузом, происхождение товаров, торговую марку, фирму-производителя, соблюдение запретов и ограничений на вывоз, классификацию ТН ВЭД ЕАЭС):
 - сертификат происхождения;
 - сертификат соответствия;
 - предварительное решение о классификации товаров по ТН ВЭД ЕАЭС (при наличии);
- документы, подтверждающие уплату таможенных пошлин и сборов (при наличии).

Далее документы размещаются в электронном архиве декларанта, а декларанту направляется идентификационный номер документа⁹ для последующего внесения в декларацию. Инструкция по заполнению таможенных деклараций изложена в [решении Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 № 379](#). Порядок использования Единой автоматизированной информационной системы таможенных органов утвержден [приказом ФТС России от 17.09.2013 № 1761](#). Предоставление документов таможенным органам может осуществляться как непосредственно декларантом, так и уполномоченным таможенным представителем.

Сертификат происхождения

При организации экспорта в Саудовскую Аравию помимо основного пакета документов должен быть оформлен сертификат происхождения общей формы, подтверждающий, что продукция произведена на территории России. Документ служит основанием для получения таможенных преференций и необходим импортеру для осуществления таможенных операций при ввозе товаров в Саудовскую Аравию.

Сертификат происхождения оформляется в региональном отделении [ТПП РФ](#) для каждой партии товара. Заявку можно подать в электронном виде через [личный кабинет](#) ТПП РФ или на [сайте](#) АО «РЭЦ».

⁹ Доступен для любого таможенного органа без необходимости повторного размещения.

Для получения сертификата происхождения общей формы необходимо предоставить¹⁰:

- письменное заявление (по форме), в котором указаны:
 - наименование и количество товара;
 - пункт отправления, страна назначения, наименование и адрес грузополучателя, транспортные средства и маршрут следования (насколько известно);
 - количество сертификатов, подлежащих удостоверению;
 - фамилия и служебный телефон исполнителя;
 - особенности, которые необходимо учесть при оформлении сертификата;
- акт экспертизы (выполняется экспертной организацией или подразделением ТПП РФ в соответствии с саудовскими правилами определения страны происхождения товаров).

Срок действия сертификата общей формы — 12 месяцев. По письменной просьбе декларанта могут быть оформлены копия или дубликат сертификата.

Расходы на таможенные операции при экспорте

При экспорте продукции компании предстоят следующие расходы:

- а)** вывозная (экспортная) таможенная пошлина на товар (если установлена);
- б)** таможенный сбор за проведение таможенных операций;
- в)** НДС — в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации (НК РФ) экспортируемые товары облагаются НДС по ставке 0% (ст. 164) при условии представления в налоговый орган документов (ст. 165), подтверждающих факт экспорта и обоснованность применения льготной налоговой ставки);
- г)** нерегулярные расходы — оплата услуг таможенных органов за различные операции в процессе прохождения таможенного контроля:
 - досмотр с применением специальных средств инструментального контроля;

¹⁰ Положение о порядке оформления, удостоверения и выдачи сертификатов происхождения товаров, а также других документов, связанных с осуществлением внешнеэкономической деятельности (утверждено постановлением Правления ТПП РФ от 23.12.2010).

- хранение груза на складах временного хранения или на арест-площадках;
 - транспортировка, перевалка груза как в пределах одной таможенной зоны, так и из одной зоны в другую (например, при вывозе груза с досмотровой площадки таможенного поста на грузовой терминал порта или железнодорожной станции);
 - услуги сторонних организаций и экспертов, привлеченных для таможенной очистки груза;
- д)** оплата услуг таможенного представителя/брокера (если привлекается для прохождения таможенных процедур).

Вывозная (экспортная) таможенная пошлина

Экспортные таможенные пошлины установлены [Законом Российской Федерации от 21.05.1993 № 5003-1 «О таможенном тарифе»](#) и регламентируются [постановлением Правительства Российской Федерации от 27.11.2021 № 2068 «О ставках вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза»](#).

Сборы за таможенные операции (оформление) регулируются [постановлением Правительства Российской Федерации от 28.11.2024 № 1637 «О ставках и базе для исчисления таможенных сборов за совершение таможенных операций, связанных с выпуском товаров»](#).

Возмещение входящего НДС при экспорте

Применение льготной ставки НДС в 0% ([ст. 164](#) НК РФ) не освобождает компанию от сдачи налоговой отчетности по НДС, но дает право (от льготы можно отказаться) претендовать на вычет ([ст. 172](#)) НДС при экспорте товаров и возмещение ([ст. 176](#)) входящего НДС¹¹ (если сумма вычетов НДС при экспорте превышает сумму уплаченного входящего НДС). Для получения права на возмещение компании необходимо документально подтвердить обоснованность применения нулевой ставки НДС и факт экспорта товаров.

В [ст. 165](#) НК РФ приведен исчерпывающий перечень необходимых документов, который формируется отдельно на каждый экспортируемый контейнер (партию товара):

- а)** налоговая декларация по НДС;
- б)** заявление на подтверждение 0% ставки НДС на бланке организации;
- в)** контракт (копия контракта) с иностранным лицом на поставку товара;
- г)** УНК (в случае регистрации);
- д)** подтверждение платежа согласно условиям контракта — банковская выписка, подтверждающая поступление выручки от юридического лица другой страны;
- е)** таможенная декларация (копия) с отметками российского таможенного органа, осуществившего выпуск товаров в процедуре экспорта, и таможенного органа места убытия, через которое товар был вывезен с территории РФ (подтверждение факта вывоза товара¹²);
- ж)** копии транспортных, товаросопроводительных и/или иных документов с отметками таможенных органов мест убытия, подтверждающих факт вывоза товаров за пределы территории РФ:
 - спецификация;
 - упаковочный лист;
 - инвойс;

¹¹ НДС, уплаченный за приобретенные товары и услуги, которые использовались при производстве и экспорте продукции.

¹² О порядке подтверждения таможенными органами государств – членов ЕАЭС фактического вывоза товаров с таможенной территории Союза см. [решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 07.02.2018 № 25](#).

- CMR (в случае автомобильной перевозки) с тремя отметками (компания-экспортера, перевозчика и зарубежного покупателя) о получении груза;
- коносамент и поручение на погрузку (в случае морской перевозки).

Документы должны быть представлены в срок не позднее 180 календарных дней с даты помещения товаров под таможенную процедуру экспорта.

Вместо копий деклараций, транспортных и товаросопроводительных документов экспортер вправе представить в налоговый орган их реестры (с указанием регистрационных номеров всех документов) по установленному формату в электронном виде (в случае камеральной проверки налоговые органы вправе потребовать оригиналы вышеперечисленных документов).

С 1 квартала 2024 г. нулевая ставка НДС при экспорте товаров в **обязательном порядке подтверждается электронными реестрами**. Подавать бумажные документы нет необходимости, достаточно отправить в ИФНС электронные реестры. В марте 2024 г. новые формы реестров появились в сервисе **«Офис экспортера»**.

Особенности таможенных процедур в Саудовской Аравии при импорте соковой продукции

С 2015 г. во всех государствах Персидского залива начали действовать Единое руководство ССАГПЗ по таможенным процедурам и принцип «единой точки входа», в рамках которых к импорту в таможенную зону региона применяются единые требования и правила, чтобы облегчить таможенные операции в государствах ССАГПЗ. После таможенной очистки товары выпускаются для свободного обращения на всей таможенной территории стран ССАГПЗ.

Таким образом, таможенная декларация на товары, поступающие в порт любого государства ССАГПЗ, оформляется по единому образцу, что означает одинаковые процедуры импорта и ввозные таможенные пошлины. Несмотря на то, что таможенные процедуры унифицированы, за их применение отвечают таможенные службы каждой страны ССАГПЗ, и используемые в этих странах системы различаются.

SFDA ввело обязательную электронную систему таможенного оформления **E-Clearance** для всех продуктов питания, ввозимых в королевство. Электронный допуск распространяется на все продукты питания. SFDA не обрабатывает запросы на таможенное оформление импортируемых продуктов, если

они не представлены через систему E-Clearance. Чтобы получить доступ к E-Clearance, все импортеры продуктов, а также их таможенные брокеры должны создать индивидуальные электронные учетные записи в SFDA и пройти онлайн-регистрацию для всех импортируемых продуктов питания.

Таможенный тариф Саудовской Аравии основан на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров. Большинство ставок таможенных пошлин адвалорные; за базу принимается цена CIF.

Обязательные сопроводительные документы

Требования Саудовской Аравии к документам для поставок товаров не имеют принципиальных отличий от принятых в большинстве стран мира. Согласно законодательству ССАГПЗ, к единой таможенной декларации на импорт должны быть приложены оригиналы счета-фактуры и сертификата происхождения.

При ввозе продуктов питания также потребуются:

- упаковочный лист партии;
- сертификат веса, качества и состояния (выдается сюрвейером);
- накладная или авианакладная;
- заказ на доставку (только в случае контейнерной перевозки);
- сертификат здоровья;
- сертификат органической продукции (если заявлено на этикетке);
- сертификат об отсутствии в составе ГМО (если заявлено на этикетке).
- оригинал сертификата «Халяль» (опционально);
- грузовой манифест;
- сертификат соответствия.

Счет-фактура представляется не менее чем в пяти экземплярах, из которых три должны быть заверены торговой палатой страны поставщика (в отношении достоверности текущих экспортных цен) и два — консульством Саудовской Аравии в стране происхождения товара. В случае отсутствия консульства в порту отгрузки или в том месте, где зарегистрирован поставщик, счета представляются без консульского удостоверения.

В счетах-фактурах должны быть указаны:

- страна происхождения товара;
- наименования и адреса отправителя и получателя груза;
- полная информация о товаре, его характеристиках и весе;
- сведения о товарном знаке;
- расходы на страхование и фрахт;
- содержимое каждого места.

Обычно указываются цены CIF Джидда, Даммам или Эр-Рияд. Однако саудовские фирмы все чаще договариваются с судовладельческими компаниями о фрахте и закупают товары на условиях FOB.

Отдельные требования в отношении **коносамент**а в Саудовской Аравии не предъявляются. Тем не менее следует обратить внимание на то, чтобы данные о товаре в коносаментах и счете-фактуре полностью совпадали. Наименование и адрес грузополучателя должны быть на арабском языке. Упаковочные листы сдаются таможенным органам вместе с таможенной декларацией. В них необходимо четко указать содержание каждого места груза, его вес брутто и нетто, габаритные размеры.

Сертификат происхождения представляется в пяти экземплярах, заверенных торговой палатой и саудовским консульством в стране поставщика. Каждое из этих учреждений должно оставлять у себя по одному экземпляру сертификата. Страховые документы предъявляются таможенным органам только при поставках на условиях CIF.

При составлении любых отгрузочных документов используются исключительно метрические единицы измерения. Подписи на всех документах должны исполняться от руки; использование факсимиле не допускается.

Если при поступлении товара обнаруживается, что комплект необходимых для таможенной очистки документов неполный или они оформлены неправильно, товар может быть передан импортеру под обеспечение банковским гарантийным письмом.

В Саудовской Аравии действует программа обеспечения соответствия продукции для поставок в страну. Для завершения таможенного оформления на эти продукты требуется сертификат соответствия SASO.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

Саудовская Аравия является членом ВТО и ВТаМО. Королевство использует единую для всех стран ССАГПЗ товарную номенклатуру, которая основана на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров и по шестизначным кодам совпадает с ТН ВЭД ЕАЭС. Однако после шестизначных кодов между ними начинаются существенные различия. Например, если в российской товарной номенклатуре различия между десятизначными кодами внутри товарных групп соковой продукции основаны на вместимости бочек и цистерн, то в саудовской номенклатуре главным критерием различия является наличие сахара и других подслащивающих веществ в соках. Также в российской номенклатуре нет отдельных кодов для финиковой патоки, соков из манго, гуавы, моркови, тогда как в саудовской нет кода для грушевого сока. Неправильное заполнение таможенной декларации может привести к наложению штрафа. Подробнее с товарной номенклатурой ССАГПЗ можно ознакомиться на сайте [Управления по налогам и таможне Саудовской Аравии](#).

У России / ЕАЭС нет соглашений о свободной торговле с Саудовской Аравией или ССАГПЗ, к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) ВТО. На аналогичных условиях на местном рынке присутствует большинство крупнейших экспортеров соковой продукции: страны ЕС, Южной Америки, Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и США. Беспшлинный доступ имеют страны ССАГПЗ и Лиги арабских государств. В рамках РНБ ВТО на соковую продукцию в Саудовской Аравии установлены адвалорные таможенные пошлины 5–15% в зависимости от вида продукции. Кроме того, импорт облагается НДС по ставке 15%.

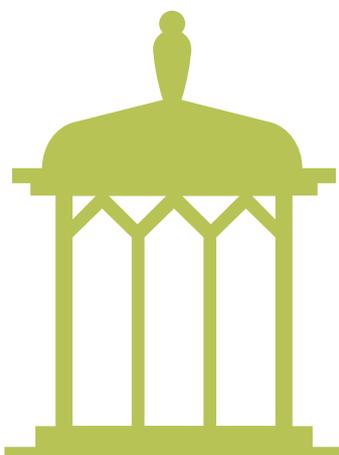


Табл. 15. Ставки таможенных пошлин на соковую продукцию в Саудовской Аравии

Ставка пошлины, %	Коды товарной номенклатуры	Наименование
5	200911, 200919	Апельсиновый сок
	200929	Грейпфрутовый сок, сок помело
	2009319..., 200939	Соки прочих citrusовых
	200949	Ананасовый сок
	200969	Виноградный сок
	200979	Яблочный сок
	200981	Клюквенный сок, брусничный соки
	2009 89 1...	Финиковая патока
	2009 899...	Прочие соки
	20099040, 20099050	Смеси соков
8	20099020, 20099030	Смеси соков
10	200912	Апельсиновый сок
	200921	Грейпфрутовый сок, сок помело
	200941	Ананасовый сок
	200971	Яблочный сок
	2009892...	Сок манго
	2009893...	Сок гуавы
	2009894...	Морковный сок
12	200950	Томатный сок
15	2009311...	Соки прочих citrusовых
	200961	Виноградный сок

Источник: Управление по налогам и таможне Саудовской Аравии

Нетарифные барьеры

Законодательные барьеры, высокие расходы и риски входа на рынок

Несмотря на общее улучшение деловой среды для иностранцев, открытие представительства бизнеса в Саудовской Аравии требует прохождения сложных процедур¹³. В ряде сфер по-прежнему действуют ограничения для иностранцев. Для отдельных форм компаний (например, ООО) виртуального адреса будет недостаточно: потребуются аренда местного физического офиса и наем местных сотрудников. В стране действуют достаточно сложные миграционные законы и специфическое налогообложение. Перед выходом на этот рынок важно взвешенно оценить свои ресурсы. Часто компании без международного опыта, выбирая недорогие коммерческие предложения от саудовцев, оказываются не готовы к расходам на юридические услуги, банковское и налоговое сопровождение.

Соответствие продукции стандартам Саудовской Аравии

По сравнению с другими ближневосточными странами в Саудовской Аравии очень высокие требования к качеству ввозимой продукции, транспортировке, упаковке, маркировке, содержанию, контролю и др. Импортная продукция должна сопровождаться целым рядом сертификатов соответствия, разрешений для каждой отдельной поставки, также необходимо проводить аттестацию предприятия для экспорта (подробнее см. разделы [3](#), [4.1](#)). Кроме того, на процедуры сертификации, таможенного оформления влияет множество факторов: страна происхождения, количество товара, цель экспорта (для внутреннего рынка / ОЭЗ / реэкспорта). С полным перечнем стандартов на соковую продукцию можно ознакомиться на сайте [SFDA](#).

Экспортеры, работавшие с этим рынком, рекомендуют в самом начале бизнеса с саудовскими партнерами переложить оформление всего пакета документов процедуры сертификации и импорта на принимающую сторону, пусть даже и с оплатой дополнительных услуг (на условиях FOB, CIF)¹⁴. Поставки, которые не соответствуют требованиям, могут быть реэкспортированы или уничтожены за счет импортера. При определенных условиях несоответствия можно исправить на складе или в таможенной зоне в течение двух недель с уплатой штрафа.

¹³ Как открыть компанию в Саудовской Аравии. БЦА Унтернеменсбератунг.

¹⁴ Саудовская Аравия: логистика по королевским правилам. Logirus.

Сертификат на продукты питания

Все ввозимые в Саудовскую Аравию товары подлежат проверке в рамках программы SALEEM. По итогам проверки SASO выдает сертификаты соответствия продукции (PCoC, срок действия один год) и соответствия отгрузки (SCoC). Документы оформляются через платформу SABER. С 2020 г. платформа подключена к системе FASEH, которая обеспечивает автоматическую проверку сертификатов на отгрузку и избавляет от необходимости распечатывать документы.

Частое обновление стандартов

На уровне стран ССАГПЗ часто обновляются уже существующие регламенты и принимаются новые стандарты и правила, которые не публикуются в открытом доступе. Стоимость доступа к одному техническому стандарту варьируется от 90 до 180 саудовских риялов. Технические стандарты представлены на сайте [GSO](#).

Сертификация «Халяль»

Среди строгих стандартов Саудовской Аравии стоит выделить особый контроль качества халяльной продукции. Ранее он распространялся только на мясную продукцию, однако в ноябре 2023 г. был расширен список продуктов, для которых обязателен сертификат «Халяль». К такой продукции теперь относятся: напитки; продукты с длительным сроком хранения, включая детское питание и соки; продукция, содержащая желатин или другие белковые ингредиенты (используются в некоторых видах соков для осветления); молочная продукция (в саудовских стандартах по соковой продукции присутствует категория «соки с молоком»)¹⁵. Даже если отдельные разновидности соков не требуют обязательной сертификации, ее наличие рекомендуется в силу местных потребительских предпочтений.

Кроме того, важно учитывать, что стандарт «Халяль» определяет требования не только к продуктам или расходным материалам, но также к коммерции и деловым операциям в широком смысле. Экспортеру понадобится сертификат, подтверждающий, что перевозка продукта была организована в соответствии со стандартом. Сертификат можно получить в аккредитованном SFDA органе (в России их четыре)¹⁶. Стоимость зависит от выбранного срока действия документа, адаптации составов и механизмов производства, которые необходимо привести в соответствие со стандартами. При офлайн-аудите производитель будет обязан полностью компенсировать иностранным аудиторам расходы на поездку и проживание.

¹⁵ [New Categories Added for Halal Certification of Food in Saudi Arabia. SGS. 2024; GSO 1820:2021](#)
«Общий стандарт на фруктовые соки, морсы и нектары».

¹⁶ [Accepted Conformity Assessment Bodies for Halal Certification Sector. SASO.](#)

Требования к упаковке и маркировке

В Саудовской Аравии строго контролируются надежность и герметичность упаковки. Она должна выдерживать высокие температуры, условия хранения с повышенной влажностью и возможное небрежное обращение при погрузке товара. Ящики с продукцией должны быть водонепроницаемыми изнутри и снаружи и дважды обвязаны металлическими лентами. Также важно предоставить покупателю всю интересующую его информацию о товаре. В маркировке обязательно должны быть указаны название, сведения о составе и весе, данные производителя, условия хранения, даты производства и окончания срока годности. Маркировка может быть на любом языке, при условии, что есть стикер на арабском. Сопровождающий груз сертификат происхождения должен быть легализован торговой палатой страны-экспортера.



Особые требования к пластиковым упаковкам

В королевстве действуют достаточно строгие требования к пластиковой упаковке (см. раздел [3.4](#)). Соответствие этим требованиям подтверждается особым логотипом на упаковочном/амортизирующем материале. Для нанесения логотипа производитель пластиковой упаковки должен иметь специальную лицензию от SASO. В основном нанесением логотипов занимаются местные компании, что является скрытой формой протекционизма.

Ограниченность маршрутов поставок из России

Суда из России продолжают ходить в порты Саудовской Аравии через Суэцкий канал, но из-за военных рисков в Красном море ставки фрахта значительно выросли. В частности, морские линии, идущие через Суэц, ввели две надбавки к фрахту: GRI (General Rate Increase — надбавка за возрастающий, либо крайне уменьшающийся объем перевозок) и WRS (War Risk Surcharge — надбавка за заход судна в порты, находящиеся в зоне военных действий). Альтернативными маршрутами доставки могут быть стыковочное авиасообщение либо мультимодальный путь.

Специфика местного ритейл-сектора

Местные ритейл-компании предпочитают размещать небольшие заказы, что не всегда бывает удобно для экспортера. Также имели место случаи, когда саудовские ритейлеры возвращали поставщику нереализованную продукцию по истечении срока годности, требуя компенсации понесенных расходов.

Значимость деловой репутации компании

Многие российские компании, которые уже работали на Ближнем Востоке, сталкивались с проблемами при попытках закрепления на рынке из-за слухов о плохой репутации и испытывали трудности с подбором партнеров¹⁷. Следует помнить, что саудовские бизнесмены учитывают имидж контрагентов и заботятся о своей репутации среди местного населения.



¹⁷ Саудовская Аравия: логистика по королевским правилам. Logirus.

Организация экспортных поставок

A glass of orange juice with a striped straw and mint leaves. The glass is filled with a vibrant orange liquid, and a few fresh mint leaves are floating on top. A striped straw is inserted into the drink. The background is a light blue textured surface with some oranges and another glass of juice out of focus.

5

Содержание



5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-
финансовых операций

5.3.

Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 32. Доставка соковой продукции из России в Саудовскую Аравию



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

Оптимальным вариантом доставки соковой продукции на дальние расстояния являются перевозки в сухих контейнерах. При транспортировке поддерживается положительная температура, для чего в зимний период контейнер утепляется дополнительным изоляционным материалом.

Существует несколько логистических путей доставки продукции из России в Саудовскую Аравию:

1) Морская перевозка. Этапы и варианты:

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

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в Саудовскую Аравию — 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)

Для перевозки соковой продукции в порт отправления можно использовать контейнеры и фуры. Контейнеры могут перевозиться как автомобильным, так и железнодорожным транспортом. Вместимость одной фуры составляет около 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три автомобиля 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 РФ. Для доставки используются порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

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

Вместимость одного 40-футового контейнера составляет до 27 тонн нетто. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при внутрироссийских перевозках для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением на провоз груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволит распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

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

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%. У каждой морской линии свое расписание и оптимально, чтобы экспортер заранее с ним ознакомился и зарезервировал место на выбранном судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов при помещении товаров на склады временного хранения в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в фуре — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем соковой продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки 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), а также 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.

Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при отгрузке через склад накопления:

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

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

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. В первом случае представитель компании-экспортера должен присутствовать на складе для контроля операций с товаром. Во втором случае эти функции берет на себя логистический провайдер.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

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

В новых логистических реалиях России активное развитие получил железнодорожный маршрут «Север – Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока. Данный путь подразумевает использование портов Ирана для доступа к транспортным маршрутам стран Персидского залива и Аравийского полуострова, а также Южной Азии. По состоянию на 2024 г. задействован маршрут через иранский порт Бендер-Аббас, куда грузы доставляются железнодорожным транспортом.

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

Железнодорожной перевозке предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в фуре — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки грузов в Саудовскую Аравию:

- Даммам (Ad Dammam);
- Джидда (Jeddah);
- Кинг Абдулла (King Abdullah).

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

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

Табл. 16. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Даммам (Ad Dammam)	Джидда (Jeddah)	Кинг Абдулла (King Abdullah)
Санкт-Петербург	51	25	26
Новороссийск	40	30	29

Сроки и стоимость доставки

Табл. 17. Ориентировочная стоимость комплексной доставки сухих грузов в Саудовскую Аравию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес нетто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Волгоград — СПб — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 280	27	0,23	60–65
Волгоград — Новороссийск — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 380	27	0,31	50–55
Краснодар — СПб — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 780	27	0,25	60–65
Краснодар — Новороссийск — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 040	27	0,26	50–55
Самара — СПб — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 300	27	0,23	60–65
Самара — Новороссийск — Даммам	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	9 870	27	0,37	50–55
Волгоград — СПб — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 080	27	0,26	35–40

Продолжение табл. 17.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес нетто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Волгоград — Новороссийск — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 380	27	0,31	40–45
Краснодар — СПб — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 580	27	0,28	35–40
Краснодар — Новороссийск — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 040	27	0,26	40–45
Самара — СПб — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 100	27	0,26	35–40
Самара — Новороссийск — Джидда	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	9 870	27	0,37	40–45
Волгоград — СПб — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 880	27	0,29	35–40
Волгоград — Новороссийск — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 470	27	0,28	40–45
Краснодар — СПб — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 380	27	0,31	35–40
Краснодар — Новороссийск — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 140	27	0,23	40–45
Самара — СПб — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 900	27	0,29	35–40
Самара — Новороссийск — Кинг Абдулла	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 980	27	0,33	40–45

Примечание. Указаны действующие на 3 сентября 2024 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка контейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения и др. Ставки рассчитаны по курсу 90,00 руб. за 1 долл. США.

В перечне ставок указана отправка из Волгограда, Самары и Краснодара в связи с географией производства соковой продукции. В качестве оптимального маршрута перевозки из этих регионов можно выбрать любой из перечисленных вариантов, в зависимости от приоритетов: срока доставки, цены, размера грузовой партии, наличия потенциально рискованных транзитных портов, скорости получения балансового платежа по контракту (часто после предоставления коносамента).

В рамках программы поддержки экспорта в России на основании [постановления Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#) экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого необходимо подать соответствующую заявку в АО «РЭЦ» (подробнее см. раздел [12](#)).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза. Основные международные аэропорты Саудовской Аравии:

- Король Фахд (г. Даммам);
- Король Абдулазиз (г. Джидда);
- Принц Мохаммад Бин Абдулазиз (г. Медина);
- Король Халид (г. Эр-Рияд).

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском груз проходит финальное взвешивание, данные которого указываются в транспортном документе. При этом в случае корректировки веса груза производится и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Таможня

Таможенное оформление соковой продукции на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя или с помощью электронной цифровой подписи экспортера.

Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта;

- инвойс;
- 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.

Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта (подробнее см. раздел [4.1](#)).

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта через порты России:
 - [ООО «ГК «СУПЕРКАРГО»](#);
 - [ООО «Галеас»](#).
- 2) Железнодорожные операторы:
 - [ООО «РЖД Логистика»](#);
 - [ООО «Дальрефтранс»](#).
- 3) Сюрвейерские компании:
 - [SGS](#);
 - [ГК «ТопФрейм»](#);
 - [IPC Normann](#);
 - [TUV](#).
- 4) Контакты морских линий приведены в подразделе «Морская перевозка».

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Ниже перечислены наиболее распространенные.

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- а) утрата (гибель), недостача или повреждение всего либо части застрахованного груза;
- б) возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
 - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- в) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- г) утрата (гибель) или повреждение всего либо части застрахованного груза в результате:
 - удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
 - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания груза или тушения пожара;
 - крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
 - 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;
 - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- д) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;

- е) 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;
- ж) подмочка груза атмосферными осадками;
- з) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- и) кража и/или грабеж и/или разбой.



Санкционно-военные риски. Данная категория рисков касается действий третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб в этом случае связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации товара или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит. Кроме того, при военных рисках существует вероятность потери груза.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за его перевозку, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента соответствующие суммы могут быть взысканы с грузоотправителя как с субсидиарного ответчика. Например, 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 со следующими 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 на погрузке сюрвейера, который проконтролирует количество и качество продукции на этапе 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 валютного контроля при экспорте из Российской Федерации

Валютный контроль при экспорте из России осуществляется согласно основным нормативным правовым актам:

- [Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ](#) «О валютном регулировании и валютном контроле»: определяет основные принципы валютного регулирования и валютного контроля в России, включая порядок использования иностранной валюты в расчетах при экспорте товаров, работ и услуг, а также порядок репатриации валютной выручки.
- [Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ](#) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»: вводит требования к идентификации участников внешнеэкономической деятельности и их операций.

- [Инструкция Банка России от 16.08.2017 № 181-И](#) «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»: регулирует порядок представления подтверждающих документов и информации для валютных операций в уполномоченные банки. Инструкция определяет единые формы отчетности и сроки подачи документов.
- [Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ](#) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями): включает контроль за валютными операциями, связанными с перемещением товаров через границу России.
- [Указ Президента Российской Федерации от 05.07.2022 № 430](#) «О репатриации резидентами – участниками внешнеэкономической деятельности иностранной валюты и валюты Российской Федерации»: обязывает российских резидентов-экспортеров возвращать в страну иностранную валюту или рубли, полученные по внешнеэкономическим контрактам, для укрепления валютного контроля и предотвращения утечки капитала.
- [Указание Банка России от 09.01.2024 № 6663-У](#): вносит изменения в Инструкцию № 181-И, упрощая порядок валютного контроля и расширяя возможности для расчетов по внешнеторговым контрактам через любые уполномоченные банки, а также изменяет требования к представлению документов при расчетах с иностранными контрагентами.

С 1 апреля 2024 г. вступило в силу [указание Банка России от 09.01.2024 № 6663-У](#) «О внесении изменений в Инструкцию Банка России от 16.08.2017 года № 181-И «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления». С учетом принятых изменений в прохождении валютного контроля при экспортных операциях можно выделить несколько этапов:

- 1) Присвоение уникального номера контракта (УНК): присваивается в уполномоченном банке при регистрации контракта в базе валютных договоров, если сумма контракта превышает установленный Банком России валютный эквивалент в рублях (на 26.09.2024 составляет 10 млн руб.¹⁸). УНК используется банками для контроля за поступлением валютной выручки.

¹⁸ [Инструкция Банка России от 16.08.2017 № 181-И \(ред. от 09.01.2024\)](#).

- 2) Подача информации и документов: резидент (экспортер) обязан представить в банк документы, подтверждающие исполнение обязательств по контракту (счета, инвойсы, транспортные документы и др.). Эти документы позволяют банку контролировать поступление выручки и ее использование.
- 3) Репатриация валютной выручки: экспортер обязан обеспечить поступление всей суммы валютной выручки на свой счет в российском банке в сроки, указанные в контракте. Несоблюдение сроков может повлечь за собой штрафные санкции.
- 4) Контроль за использованием выручки: уполномоченный банк осуществляет контроль за целевым использованием валютной выручки. Выручка должна быть использована в соответствии с условиями контракта и требованиями валютного законодательства.
- 5) Обязательная продажа части валютной выручки: сохраняется требование об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке (не менее 40% по состоянию на сентябрь 2024 г.).

Валютно-финансовая система Саудовской Аравии

Валютно-финансовая система Саудовской Аравии регулируется рядом положений, которые устанавливают основные правила и принципы валютного регулирования, денежно-кредитной политики и управления финансовыми рынками. Ключевые нормативные правовые акты:

- 1) Закон «О валютном регулировании»: устанавливает правила международных операций для всех юридических и физических лиц, ведущих валютные операции внутри и за пределами страны.
- 2) Закон «О Центральном банке Саудовской Аравии»: определяет полномочия Центрального банка, включая контроль над валютными операциями, банковскими переводами и движением капитала.
- 3) Регламенты Центрального банка Саудовской Аравии: главный финансовый регулятор страны выпускает директивы для банков и финансовых учреждений.
- 4) Закон «О борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма»: играет ключевую роль в предотвращении незаконных валютных операций и международных переводов, особенно с использованием криптовалют и цифровых активов.

Контроль за исполнением валютного законодательства в Саудовской Аравии осуществляется несколькими органами. Основным является Центральный банк

Саудовской Аравии (Saudi Central Bank, SAMA), который регулирует обмен валют и международные переводы, осуществляет лицензирование финансовых учреждений и надзор за цифровыми активами. Важную роль играет Министерство финансов Саудовской Аравии (Ministry of Finance, Saudi Arabia), которое отвечает за общий надзор в финансовой сфере. Комитет по борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма (Anti-Money Laundering and Counter-Terrorist Financing Committee) занимается предотвращением незаконных валютных операций и проверкой соответствия международным стандартам.

Порядок осуществления валютно-финансовых операций при экспорте

Официальная валюта Саудовской Аравии — саудовский риял, курс привязан к доллару США в соотношении 3,75 рияла за 1 доллар США. Банковская система Саудовской Аравии хорошо капитализирована. Практика правового и финансового регулирования в целом прозрачна и соответствует международным нормам.



В результате принятия в ноябре 2020 г. закона о центральном банке название Валютного управления Саудовской Аравии (Saudi Arabian Monetary Authority, SAMA) было изменено на Центральный банк Саудовской Аравии (аббревиатура SAMA сохранилась). Центральный банк Саудовской Аравии отвечает за поддержание денежно-кредитной стабильности, содействие укреплению доверия к финансовому сектору и поддержку экономического роста.

Саудовская Аравия не вводит валютных ограничений ни на поступление капитала, ни на платежи между резидентами или нерезидентами, за исключением запрета на операции с Израилем.

Значительная часть банковских услуг предоставляется по принципам исламского банкинга, который запрещает взимание процентов и включает различные формы финансирования и инвестирования, соответствующие шариату. Наряду с исламскими банками в Саудовской Аравии действуют и традиционные, которые предлагают стандартные финансовые услуги.

Физические и юридические лица могут осуществлять международные переводы через банки и специализированные сервисы. Такие операции требуют соблюдения регуляторных требований и могут подлежать мониторингу.

В стране активно внедряются системы электронных платежей, такие как Mada (национальная платежная система) и SADAD (система оплаты счетов). Это способствует удобству и безопасности взаиморасчетов.

Правительство Саудовской Аравии активно развивает индустрию цифрового банкинга: расширяет нормативную базу, поощряет сделки с международными компаниями, привлекает зарубежных инвесторов и поддерживает местные стартапы. Планируется, что к 2030 г. в королевстве будет 525 активных финтех-компаний.

Для повышения эффективности и скорости осуществления валютно-финансовых операций с покупателями из Саудовской Аравии экспортерам следует придерживаться определенной последовательности шагов:

- 1) Подготовьте и подпишите внешнеэкономический контракт с покупателем из Саудовской Аравии.
- 2) Откройте валютный счет в банке, работающем с саудовским риялом. Обратите внимание на возможность приобретения страховых инструментов для защиты от возможных рисков неплатежеспособности контрагента.
- 3) Зарегистрируйте контракт в уполномоченных органах, если требуется (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из Российской Федерации»).
- 4) Подготовьте инвойсы, накладные и другие документы для поставки товаров, проверьте количество копий документов и необходимость заверения перевода (см. «Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций»).
- 5) Отправьте товары покупателю.
- 6) Убедитесь в правильности банковских реквизитов покупателя.
- 7) Получите валютную выручку на свой счет.
- 8) Предоставьте банку документы для валютного контроля (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из Российской Федерации»).
- 9) Банк проверяет документы и проводит валютный контроль.
- 10) При необходимости конвертируйте валюту в рубли (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из Российской Федерации»).
- 11) Следите за выполнением обязательств покупателем и поддерживайте с ним связь.

Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций

В основном экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в Саудовскую Аравию требуются следующие документы (необходимо подготовить оригинал и две копии):

- а)** инвойс (выдается производителем или поставщиком): должен быть оформлен на языке контракта и содержать полную информацию обо всех проданных товарах, их стоимости, условиях поставки и платежных реквизитах;
- б)** коносамент: подтверждает качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- в)** лицензия на импорт (выдается уполномоченным государственным органом);
- г)** УНК: требуется, если сумма сделки превышает определенный лимит (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из Российской Федерации»);
- д)** упаковочный лист: должен быть оформлен на языке контракта и заверен печатью экспортера. Вес, объем, способ упаковки и код товарной номенклатуры указываются для каждого товара;
- е)** сертификат о происхождении товара: подтверждает, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения. Если поставка требует специального разрешения, сертификаты или лицензии должны быть представлены на языке контракта с официальным переводом;
- ж)** внешнеторговый контракт: должен быть составлен на русском и арабском (или английском) языках, подписан обеими сторонами и содержать все условия сделки, включая суммы, валюту платежа и сроки выполнения обязательств;
- з)** сертификаты и декларации на продукт по российскому законодательству: документы оформляются на русском и арабском языках с заверением. Если для ввоза товаров в Саудовскую Аравию требуются сертификаты соответствия стандартам, они должны быть получены заранее;
- и)** страховой полис: должен быть оформлен на языке контракта и содержать все условия страхования (если предусмотрено страхование груза). Оригинал должен быть заверен печатью страховой компании;

- к) заявление на открытие аккредитива: покупатель (импортер) подает заявление в свой банк в случае расчетов по аккредитиву;
- л) акт сверки: может потребоваться для контроля исполнения контракта в случае операций с использованием предоплаты.

Для некоторых видов продукции могут потребоваться дополнительные документы (например, для мяса необходим сертификат «Халяль»).

Экспортер несет ответственность за проверку подлинности сертификата происхождения, коммерческого счета-фактуры и любых специальных документов.

Необходимые товаросопроводительные документы должны быть:

- заверены государственным нотариусом и торговой палатой страны-экспортера;
- сертифицированы Российско-Саудовским деловым советом (Saudi-Russian Business Council);
- легализованы посольством или консульством Саудовской Аравии в стране-экспортере.

Особенности практик применения взаиморасчетов

Наиболее распространенные способы взаиморасчетов при поставках в Саудовскую Аравию: открытый счет, аккредитив, работа по пред- или постоплате, документарный инкассо и факторинг. На территории страны активно используются кредитные карты, в том числе MasterCard, Visa и American Express. Платежная система «Мир» в Саудовской Аравии не функционирует.

Несмотря на падение популярности чеков и векселей, некоторые компании Саудовской Аравии продолжают их использовать в деловых взаимоотношениях. Векселя также могут использоваться для фиксации долговых обязательств.

Согласно принципам исламского банкинга, который достаточно широко распространен в Саудовской Аравии, взимание процентов (риба) запрещено. Взаиморасчеты часто осуществляются через исламские финансовые инструменты, такие как мудароба (партнерство) и мушарака (совместное предприятие).

Компаниям-экспортерам рекомендуется предпринять шаги для снижения рисков несвоевременных платежей. Наиболее безопасным инструментом выступают сделки на условиях предоплаты. Аккредитив и страхование экспортных кредитов также являются действенными способами управления рисками неполучения средств от саудовских контрагентов.

Возможные банки для осуществления валютно-финансовых операций

В Саудовской Аравии действуют 13 национальных банков (с лицензией) и 11 представительств иностранных банков, которые также осуществляют свою деятельность на территории королевства.

Правила SAMA для коммерческих банков и финансовых учреждений доступны в режиме онлайн. Информацию о нормативно-правовой базе банковского и финансового сектора можно найти на [сайте SAMA](#).

Табл. 18. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место в Саудовской Аравии по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
SNB AlAhli	Страна: Саудовская Аравия Год основания: 1953 г. Специализация: банк с полным спектром услуг, включая розничный и корпоративный банкинг, инвестиции и рынки капитала Сайт: www.alahli.com	—	280	1	A-	A1	A
Al Rajhi Bank	Страна: Саудовская Аравия Год основания: 1957 г. Специализация: крупнейший исламский банк в мире предоставляет личные и корпоративные банковские услуги, а также ипотечные кредиты Сайт: www.alrajhibank.com.sa	—	240	2	A-	A1	A
Riyad Bank	Страна: Саудовская Аравия Год основания: 1957 г. Специализация: корпоративный банкинг, инвестиционный банкинг, розничный банкинг Сайт: www.riyadbank.com	—	130	3	BBB+	A2	BBB+
Arab National Bank (ANB)	Страна: Саудовская Аравия Год основания: 1979 г. Специализация: розничный, корпоративный банкинг, казначейские услуги, структурированное финансирование Сайт: www.anb.com.sa/web/anb	—	70	6	BBB+	A3	BBB+
Bank Albilad	Страна: Саудовская Аравия Год основания: 2004 г. Специализация: исламский банкинг, финансирование малого и среднего бизнеса, услуги по переводу денежных средств Сайт: https://click.ru/3FTh9q	—	30	Топ-10	—	—	—

Примечание. Данные приведены по состоянию на 2024 г.

Банковские системы России и Саудовской Аравии на данный момент не сотрудничают напрямую. Это вызывает проблемы с проведением платежей из Саудовской Аравии в Россию, поэтому приходится пользоваться услугами трейдеров (посредников) и платить через третьи страны (Китай, ОАЭ, Турцию).

Риски при взаиморасчетах с Саудовской Аравией

Операционные риски

Одним из наиболее распространенных рисков при взаиморасчетах с контрагентами из Саудовской Аравии до сих пор является недобросовестность агентов. При поиске новых торговых партнеров следует остерегаться непроверенных саудовских компаний или несуществующих государственных структур, которые обещают выгодные деловые сделки и требуют поэтапные платежи для регистрации и прохождения несуществующего процесса закупок. Рекомендуется проводить тщательную комплексную проверку контрагентов и достоверности коммерческих предложений.

Российские компании могут столкнуться с задержками платежей по контрактам как в государственном, так и в частном секторе экономики Саудовской Аравии. В 2021 г. Министерство финансов Саудовской Аравии запустило цифровую платформу [Etimad](#), которая теоретически позволяет компаниям подавать финансовые претензии в государственные учреждения. На практике эффективность данной платформы в обеспечении своевременности платежей при взаиморасчетах с российскими контрагентами вызывает вопросы.

Санкционные риски

Не менее важными остаются риски вторичных санкций в отношении компаний Саудовской Аравии из-за контроля и действий Министерства финансов США (U.S. Department of the Treasury), включая вероятность заморозки денежных средств или продукции контрагентов из Саудовской Аравии.

Регуляторные риски

Строгий валютный контроль в Саудовской Аравии ограничивает использование иностранных валют и требует выполнения специфических требований, в частности Центрального банка. Нарушения могут повлечь штрафы или ограничение деятельности.

5.3. Формы присутствия на рынке

Саудовская Аравия — крупнейший рынок на Ближнем Востоке. Основные возможности для торговли и инвестиций сосредоточены в сфере энергетики, транспорта, инфраструктуры, финансовых и профессиональных услуг. В рамках масштабной программы социально-экономических реформ заметно улучшаются условия ведения бизнеса, финансовые рынки открываются для иностранных компаний. Основными преимуществами являются отсутствие подоходного налога, близость к другим странам Персидского залива и ключевая роль в ССАГПЗ.

Саудовская Аравия является участником Большой арабской зоны свободной торговли (Greater Arab Free Trade Area, GAFTA) и в рамках ССАГПЗ имеет соглашение о свободной торговле с Европейской ассоциацией свободной торговли (ЕАСТ).

Регулирование деятельности компаний

Создание и деятельность юридических лиц осуществляются в соответствии с [Законом «О компаниях»](#) (2016 г.). Иностранные инвестиции регулируются [Законом «Об иностранных инвестициях»](#) (2000 г.) и [постановлением](#) о его применении.

Действующие нормы запрещают иностранным инвесторам участвовать в определенных сферах деятельности (нефтяной сектор и сфера услуг), а также предусматривают получение [бизнес-лицензии](#) от Министерства инвестиций Саудовской Аравии ([MISA](#)). При этом иностранным инвесторам разрешается 100%-ное владение бизнесом в сельскохозяйственном секторе.

Формы ведения бизнеса

Для осуществления торговой деятельности на саудовском рынке зарубежным компаниям доступно несколько вариантов — от открытия бизнеса до привлечения местного агента. В частности, начать работу можно при помощи следующих бизнес-структур:

- компания с ограниченной ответственностью;
- акционерная компания;
- дочерняя компания;
- региональный головной офис (Regional Headquarters, RHQ) — в рамках программы [Invest Saudi](#) предлагается релокация мультинациональных компаний из стран Ближнего Востока и Северной Африки.

Табл. 19. Инкорпорация зарубежного бизнеса в Саудовской Аравии

Тип компании	Учредители	Уставный капитал	Особенности
Компания с ограниченной ответственностью	1–50	Минимальный размер уставного капитала определяет MISA в зависимости от вида деятельности компании	<ul style="list-style-type: none"> ● Оптимальная форма для иностранного бизнеса, поскольку допускает владение разными активами. ● Ответственность участников ограничена размером вклада. ● Обязательно назначение как минимум одного директора и наличие местного офиса
Акционерная компания (закрытого и открытого типа)	Не менее 2	500 тыс. риялов (134 тыс. долл. США) с внесением 25% на момент регистрации	<ul style="list-style-type: none"> ● Возможно полное иностранное владение. ● Акционеры несут ответственность в пределах стоимости акций. ● Требуется назначение совета директоров (3–11 членов) и аудитора для подачи годовой финансовой отчетности
Дочерняя компания	Нет требований к числу участников	От 500 тыс. риялов (134 тыс. долл. США) в зависимости от сектора	<ul style="list-style-type: none"> ● Полное владение бизнесом для иностранного инвестора, поскольку не требует поддержки местного спонсора. ● Осуществляет функции головной организации

Регистрация компании

Для регистрации в Саудовской Аравии компании с иностранным капиталом необходимо пройти процедуру, состоящую из следующих этапов.

1) Подготовка к регистрации (занимает примерно 1 месяц):

- получение лицензии MISA сроком на 1 год (заявка оформляется на [сайте](#));
- резервирование названия компании;
- нотариальное заверение устава;
- получение свидетельства о регистрации юридического лица в Министерстве торговли через портал [Saudi Business Center](#);
- регистрация в [Торговой палате](#).

2) Оформление разрешения для найма персонала (примерно 2 месяца):

- получение печати;
- регистрация в [Министерстве труда](#);
- регистрация юридического адреса;
- регистрация в [Управлении по налогам и таможне](#).

3) Получение резидентства и открытие банковского счета (примерно 3 месяца):

- регистрация на порталах услуг для бизнеса:
 - Muqem — визы и резидентство,
 - Absher — госуслуги,
 - Qiwa — малый и средний бизнес,
 - Midas — муниципальные услуги;
- открытие и пополнение банковского счета.

В среднем на регистрацию компании потребуется 40–60 дней, а общие расходы составят от 4 650 до 17 600 риялов (1–4 тыс. долл. США). Для компании с ограниченной ответственностью [сумма сборов](#) составит 1 700 риялов (плюс налог по ставке 15%).

Некорпоративные формы организации бизнеса

Филиал иностранной компании должен соблюдать законы и правила Саудовской Аравии, включая получение лицензии MISA и обязательную регистрацию в Торговой палате. В основном филиалы выполняют административные функции и не могут заниматься торговой деятельностью. Преимущество такой формы присутствия состоит в возможностях продвижения продукции и адаптации маркетинговой стратегии к условиям саудовского рынка.

Научно-технический офис (Technical and Scientific Office) требует получения лицензии от Министерства торговли. Офисы не вправе вести коммерческую деятельность, но могут оказывать техническую и консультационную поддержку агентам, дистрибьюторам и потребителям продукции, а также проводить анализ рынка.

Продажи через посредника

После отмены ограничений на иностранное владение предприятиями розничной и оптовой торговли (в 2016 г.) зарубежные экспортеры не обязаны назначать местного агента или дистрибьютора для продаж своей продукции. Тем не менее при выходе на саудовский рынок рекомендуется найти квалифицированного местного партнера.

Дистрибьюторы и агенты работают в соответствии с [правилами](#) Министерства торговли. Размер их комиссии обычно составляет от 3 до 10%. Большинство саудовских посредников предпочитают эксклюзивные договоры. В договоре следует четко прописать условия продаж и порядок расторжения, особенно выплаты компенсации, которую в этом случае могут потребовать саудовские агенты.

Саудовцы, как правило, начинают вести дела только после личного знакомства или представления через другие саудовские компании, банки, торговые ассоциации и торговые палаты.

В силу особенностей саудовской правовой системы, которая основана на принципах шариата, экспортерам, планирующим заключить агентское или дистрибьюторское соглашение с саудовской компанией, рекомендуется проконсультироваться с местным юристом.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами охраны прав на интеллектуальную собственность, включая регистрацию ее объектов, занимается Управление интеллектуальной собственности Саудовской Аравии ([Saudi Authority for Intellectual Property, SAIP](#)). Саудовское законодательство признает права на товарные знаки, патенты, промышленные образцы, авторские права и фирменные наименования ([Закон от 20.11.1999 № М/15](#)).

Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием королевства во [Всемирной организации интеллектуальной собственности](#) (ВОИС), [Соглашении по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности](#) (ТРИПС), [Ниццком соглашении о Международной классификации товаров и услуг](#) (МКТУ), [Страсбургском соглашении о международной патентной классификации](#), [Парижской конвенции по охране промышленной собственности](#).

Саудовская Аравия является членом Арабского общества по интеллектуальной собственности ([Arab Society for Intellectual Property, ASPIP](#)), Арабского общества по медиации и арбитражу в сфере интеллектуальной собственности ([Arab Intellectual Property Mediation and Arbitration Society, AIPMAS](#)) и ССАГПЗ, куда входят Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар и ОАЭ. Законодательство ССАГПЗ о то-

варных знаках предусматривает единообразную практику обеспечения соблюдения прав на товарные знаки во всем регионе, но не предлагает единой системы регистрации. Для оформления товарного знака в нескольких странах ССАГПЗ потребуется несколько национальных заявок.

Табл. 20. Защита интеллектуальной собственности в Саудовской Аравии

Объект интеллектуальной собственности	Срок охраны	Нормативный правовой акт	
		Национальный	Международный/региональный
Товарный знак	10 лет (с продлением)	Королевский указ от 25.05.2014 № М/51 «Об утверждении закона (системы) товарных знаков стран Персидского залива»	<ul style="list-style-type: none"> • Закон «О системе товарных знаков стран Персидского залива»; • Венское соглашение об учреждении Международной классификации изобразительных элементов знаков
Патент	20 лет (промышленный образец — 10 лет)	Закон от 17.07. 2004 № М/27 «О патентах, топологиях интегральных схем, сортах растений и промышленных образцах»	<ul style="list-style-type: none"> • Договор о патентной кооперации; • Договор о патентном праве; • Локарнское соглашение об учреждении Международной классификации промышленных образцов
Авторское право	В течение жизни автора и 50 лет	Закон «Об авторском праве» (Королевский указ от 30.08.2003 № М 41)	Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений

Регистрация товарного знака

Саудовская Аравия пока не является участником Мадридской системы ([планирует](#) к ней присоединиться), поэтому регистрация товарных знаков возможна только по национальной процедуре. Следует учесть, что в королевстве действует принцип первой заявки, а не первого использования.

Товарным знаком могут быть любые обладающие различительной способностью слова, подписи, буквы, символы, цифры, наименования, штампы, рисунки, изображения, этикетки, объемные обозначения, формы, цвета или их сочетания. Разрешается регистрировать звуковые и обонятельные знаки.

Однако есть ограничения, а именно не регистрируются:

- общепринятые изображения или изображения без отличительных признаков;
- знаки с религиозным подтекстом или противоречащие публичному порядку;
- государственные эмблемы, флаги и знаки красного креста или полумесяца;
- знаки, вводящие в заблуждение относительно происхождения или характеристик товара;
- знаки, которые являются идентичными или сходными до степени смешения с ранее зарегистрированными.

Заявка регистрируется на один товарный знак в одном классе. Документы должны быть представлены на арабском языке. Обязательно предъявляются:

- изображение знака (черно-белое или цветное);
- перечень товаров по МКТУ;
- апостилированная доверенность с переводом на арабский язык (для иностранных заявителей);
- заверенный перевод на арабский язык с фонетической транскрипцией слов на иностранном языке (если обозначение выполнено на ином языке).

Перед подачей заявки необходимо провести поиск зарегистрированных аналогов знака. Саудовская Аравия не имеет портала для самостоятельной проверки, поэтому ее проведение необходимо заказывать местному патентному поверенному.

При рассмотрении заявки заявленное обозначение сравнивается с ранее зарегистрированными знаками и проверяется на охраноспособность. Затем заявка публикуется для опротестования, решение по ней принимается в течение 60 дней. Заявитель может участвовать в обсуждении возражений и представлять доказательные документы.

По окончании периода опротестования уплачивается пошлина и выдается свидетельство о регистрации. В Саудовской Аравии исключительное право на товарный знак действует 9 лет и 8 месяцев (10 лет по хиджре). Вся процедура занимает 3–5 месяцев при отсутствии возражений и 12 месяцев в случае их поступления. Стоимость регистрации складывается из оплаты регистрационного сбора (1 000 риялов или 270 долл. США), публикации (575 риялов или 155 долл. США) и выдачи свидетельства (5 тыс. риялов или 1 351 долл. США).

Правовая охрана товарного знака

Регистрация товарного знака в Саудовской Аравии гарантирует исключительное право на его использование на территории королевства. Незарегистрированное обозначение охраняется только в том случае, если относится к общеизвестным знакам. Регистрация товарного знака будет отменена, если знак не используется в течение пяти лет.

В случае нарушения прав применяются административные процедуры или инициируется судебный процесс. При обращении с административной жалобой в Управление по борьбе с коммерческим мошенничеством ([Anti-Commercial Fraud Department](#)) в Эр-Рияде необходимо предоставить доказательства нарушения и правоустанавливающие документы, а также сообщить о местонахождении контрафактных товаров.

Меры пограничного контроля считаются довольно эффективными и осуществляются в соответствии с [постановлением от 03.07.2004 № 1277](#) «О пограничных процедурах защиты прав на товарные знаки и авторские права». Система таможенной регистрации товарных знаков позволяет контролировать импорт товаров. Подозрительную поставку задержат на таможне и свяжутся с владельцем зарегистрированного товарного знака, чтобы подтвердить подлинность товара. Правообладатель может обратиться за судебным приказом об уничтожении ввозимых товаров или воспользоваться такими средствами правовой защиты, как вынесение судебного запрета в отношении ответчика или присуждение истцу компенсации ущерба.

Доменные имена

Национальным доменом верхнего уровня в Саудовской Аравии является **.sa**. Регистрирующий орган — Саудовский сетевой информационный центр [SaudiNIC](#). Доменное имя должно содержать от 2 до 63 буквенно-цифровых символов. Не допускается использовать слова, фразы или аббревиатуры, которые противоречат законам Саудовской Аравии или принципам ислама.



Продвижение продукции

A photograph of a glass of orange juice on a wooden tray. The tray also holds several orange slices and fresh mint leaves. In the background, there is a blurred green plant and another glass of juice. A large white number '6' is overlaid on the bottom left of the image.

6

Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки



6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Особенности продвижения соковой продукции лидерами рынка



Almarai

Almarai — крупнейший производитель продуктов питания и напитков на Ближнем Востоке, на рынке с 1977 г. Компания управляет многочисленными предприятиями по производству продуктов питания и напитков в регионе: восемь заводов расположены в Саудовской Аравии, другие предприятия находятся в ОАЭ, Египте и Иордании.

Основной бренд компании — Almarai, существует с момента основания и уже заслужил доверие миллионов потребителей. Рыночная стоимость бренда превышает 2,6 млрд долл. США (10 млрд саудовских риялов), под ним выпускается целый ряд продуктов, включая соки. Ассортимент соковой продукции компании представлен большим диапазоном вкусовых сочетаний и разным форматом упаковок. На рынке присутствуют соки под брендами Almarai и Farm Select в пластиковых емкостях объемом 180 мл, 200 мл, 1 л, 1,4 л и в картонных упаковках объемом 180 мл.

Особенности позиционирования

Компания позиционирует свою соковую продукцию как 100% натуральную, имеющую природное происхождение. Almarai также делает упор на разнообразие вкусов, которое подарит клиентам новые впечатления и расширит потребительский опыт. Целевая аудитория — семьи с детьми. Позиционирование основывается на стране происхождения, современном уровне производства, хорошем качестве при доступной цене.

Ценовая политика

Компания реализует продукцию в среднем ценовом сегменте (в среднем 11,94 рияла или 3,03 долл. США за 1,5 л) и конкурирует на рынке страны в основном с брендами Nada (дешевле: в среднем 9,51 рияла или 2,53 долл. США за 1,5 л), Al Safi (дороже: в среднем 12,42 рияла или 3,31 долл. США за 1,5 л) и Florida's Natural (дороже: в среднем 28,2 рияла или 7,51 долл. США за 1,6 л).

Примеры проведения маркетинговых кампаний

На рынке Саудовской Аравии компания активно продвигает соковую продукцию в социальных сетях, размещая на своих страницах видеорекламу и различные рекламные посты.

Реклама в социальных сетях

На популярных видеохостингах компания размещает короткие видео, где раскрываются полезные свойства ингредиентов, дается информация о составе продукции и процессе производства. Реклама сопровождается красочным видеорядом. На официальных каналах компании рекламируются соки брендов Almarai и Farm Select.

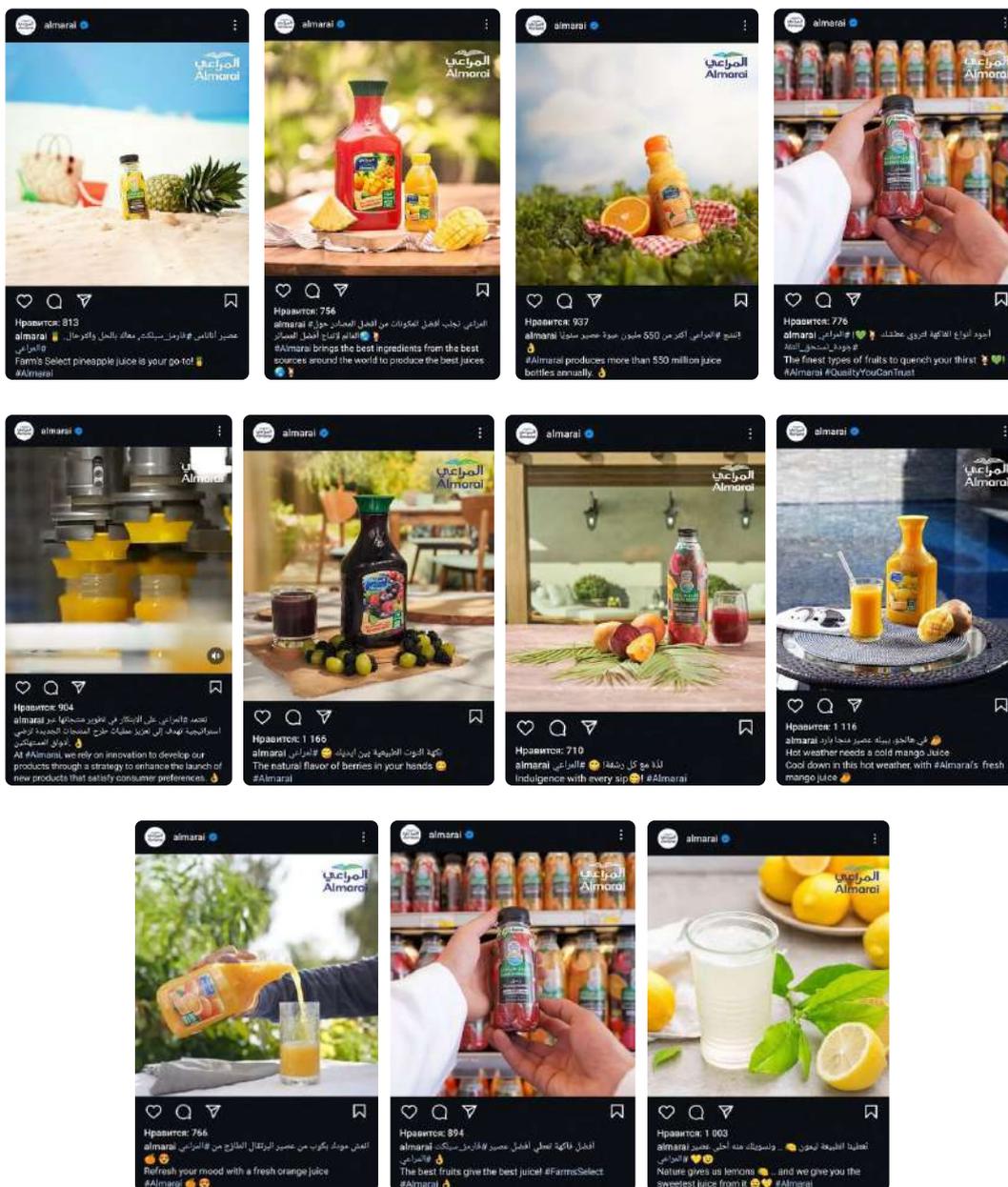


Источник: открытые данные социальных сетей



Источник: открытые данные социальных сетей

Компания также публикует рекламу соковой продукции на своих страницах в социальных сетях. Как правило, рекламные изображения сопровождаются короткими слоганами либо информацией об объемах или технологии производства.



Источник: открытые данные социальных сетей

Кроме того, компания размещает рекламные посты, посвященные различным национальным праздникам, например Дню семьи.



Источник: открытые данные социальных сетей



Suntop

Компания Suntop была основана в 1978 г. одновременно в Дании и Саудовской Аравии и в настоящее время является частью датского холдинга CO-RO, выпускающего безалкогольные напитки под брендами Sunquick, Suncola, Sun Lolly, Sunjoy и Mash Up.

Особенности позиционирования

При продвижении своей продукции Suntop делает акцент на низкой калорийности, отсутствии сахара, консервантов и красителей в составе соков. Компания использует яркие цвета как в дизайне упаковок, так и в маркетинговых материалах. При этом большое внимание уделяется заботе об экологии: компания призывает сдавать упаковку своей продукции на переработку.

Позиционирование бренда строится на полезных и функциональных свойствах, широком ассортименте, вкусовых качествах продукции и богатой истории. Целевая аудитория компании — дети школьного возраста и подростки.

Ценовая политика

Компания реализует продукцию в среднем ценовом сегменте (в среднем 1,73 рияла или 0,46 долл. США за 200 мл) и конкурирует на рынке страны в основном с брендами Lamar (аналогичная цена: в среднем 1,85 рияла или 0,49 долл. США за 200 мл), Almarai (дороже: в среднем 2 рияла или 0,53 долл. США за 200 мл) и Nada (дороже: в среднем 2,95 рияла или 0,79 долл. США за 200 мл).

Примеры проведения маркетинговых кампаний

Для продвижения своей продукции в Саудовской Аравии компания активно использует социальные сети, регулярно публикует поздравления с национальными праздниками и рекламу соков. Сайт компании также является яркой маркетинговой площадкой, где Suntop размещает различные рекламные изображения и видеоматериалы.

Реклама в социальных сетях

Важным каналом распространения информации о продукции компании являются социальные сети и популярные видеохостинги. Компания регулярно выкладывает ролики, демонстрирующие удобство упаковки, которая позволяет употреблять сок в любых условиях, брать его с собой в путешествие или на тренировку.



Источник: открытые данные социальных сетей

Компания уделяет большое внимание заботе об экологии. Весной 2024 г. на своей странице Suntop разместила мультипликационный ролик, посвященный важности вторичной переработки сырья, и отметила собственную роль в этом процессе.



Источник: открытые данные социальных сетей

В роликах Suntop подчеркивается преемственность поколений и демонстрируется связь компании с историей страны. В ролике, посвященном Национальному дню Саудовской Аравии, Suntop показала свою роль в жизни потребителей.



Источник: открытые данные социальных сетей

В своем профиле в социальных сетях Suntop проводит среди детской и подростковой аудитории конкурсы и розыгрыши; призами выступают смартфоны и игровые приставки. В честь конкурса компания запустила ряд рекламных роликов.



Источник: открытые данные социальных сетей

В рамках экоактивизма компания разместила на своих страницах в социальных сетях видеоинструкцию изготовления кормушки для птиц из упаковки от сока.



Источник: открытые данные социальных сетей

На своих страницах в социальных сетях компания регулярно размещает посты, посвященные различным светским и религиозным праздникам.

День борьбы с раком



День окружающей среды



Всемирный день Земли



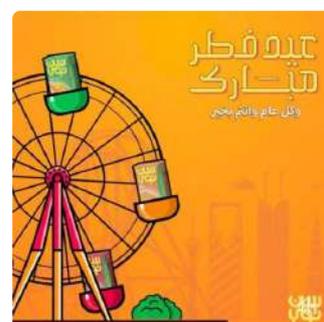
День отца



День благодарности учителям



Ид аль-Адха



Рамадан



День флага



Источник: открытые данные социальных сетей

Публикации на официальном сайте

На своем сайте компания размещает рекламные баннеры с изображениями новинок соков Suntop. Компания делает акцент на отсутствии искусственных консервантов и красителей, а также особенно подчеркивает высокое содержание витаминов.



Участие в социальных проектах

Suntop уделяет внимание социальным проблемам. В социальных сетях компания разместила видео, посвященное проблеме буллинга.

Буллинг - распространенное негативное явление в нашем обществе... Решение начинается дома с того, что открывает дверь в диалог с нашими детьми и дает им безопасность и пространство для разговора о своих проблемах вне дома ❤️

#كلنا_ضد_التنمر

#سن_توب

🌟 - Оцените этот перевод



Источник: открытые данные социальных сетей

Компания не только поднимает социальные проблемы, но и способствует их решению. В рамках социальной программы представители компании навестили детей с ограниченными возможностями в Мекке.



Источник: открытые данные социальных сетей



National Agricultural Development Company

National Agricultural Development Company (NADEC), основанная в 1981 г., входит в число крупнейших агропромышленных предприятий в Саудовской Аравии и на Ближнем Востоке. NADEC является публичной компанией, в которой значительная доля принадлежит правительству Саудовской Аравии. Занимается сельскохозяйственным производством, переработкой и продажей пищевой продукции, уделяя особое внимание экологически чистым и устойчивым методам ведения сельского хозяйства.

Соки NADEC — одна из ключевых категорий продукции компании. Они пользуются популярностью в Саудовской Аравии и за ее пределами. Соки производятся на собственных мощностях компании, что позволяет NADEC контролировать каждый этап производства — от сбора урожая до выпуска конечного продукта на полки магазинов. Ассортимент весьма разнообразен и включает как классические, так и более экзотические вкусы соков. Наиболее популярные — апельсиновый, яблочный, манговый, мультифруктовый, ананасовый и другие варианты, отвечающие различным предпочтениям потребителей. Компания также предлагает нектары и мультифруктовые смеси, представляющие собой интересные вкусовые сочетания.

Особенности позиционирования

Позиционирование соковой продукции NADEC на рынке Саудовской Аравии строится на нескольких ключевых особенностях, которые выделяют бренд среди конкурентов и делают его популярным среди потребителей. В маркетинговых коммуникациях компания подчеркивает, что соки изготавливаются из натуральных фруктов без добавления сахара, консервантов и искусственных ингредиентов. Благодаря удобству упаковки разного объема продукция NADEC подходит как для индивидуального потребления, так и для семейного стола, что усиливает привлекательность бренда в различных сегментах рынка. В дополнение к этому компания успешно выстраивает эмоциональную связь с потребителями, делая акцент на семейные ценности, традиции и заботу о здоровье. Целевой аудиторией компании являются семьи с детьми и подростки.

Ценовая политика

Соковая продукция NADEC в Саудовской Аравии реализуется в среднем ценовом сегменте (в среднем 11,13 рияла или 2,96 долл. США за 1,5 л). Основными конкурентами компании на саудовском рынке соков являются компании Rani (дешевле: в среднем 6,57 рияла или 1,75 долл. США за 1,5 л), Almarai (дороже: в среднем 10,3 рияла или 2,74 долл. США за 1,5 л) и Maaza (дешевле: в среднем 4,58 рияла или 1,22 долл. США за 1,5 л).

Примеры проведения маркетинговых кампаний

NADEC использует традиционные способы продвижения, такие как телевизионная и наружная реклама, сочетая их с цифровыми инструментами — публикациями в социальных сетях, таргетированными рекламными объявлениями и привлечением инфлюенсеров.

Реклама в социальных сетях

Компания использует социальные сети как площадку для размещения красивых изображений, которые подчеркивают качество и вкус продукции. NADEC не публикует одиночные изображения, а выкладывает сразу несколько фотографий, чтобы расширить возможности визуального восприятия аудитории.

Публикации с ананасовым соком:



Публикации с апельсиновым соком:



Публикации с соковым напитком «клубничный мохито»:



Источник: открытые данные социальных сетей

Спонсирование спортивных мероприятий

В одной из публикаций в социальных сетях NADEC рассказала, что решила поддержать четвертый рейтинговый турнир по падел-теннису, организованный Комитетом Саудовской Аравии по падел-теннису. Это событие проходит в рамках программы социальной ответственности и направлено на продвижение спортивного образа жизни.



Источник: открытые данные социальных сетей

Реклама на ТВ

В рекламных роликах на телевидении NADEC часто демонстрирует сцены семейной жизни, в которых соки компании помогают каждому из членов семьи лучше справиться с домашними делами: готовить пищу или выполнять домашнее задание.



Источник: открытые данные социальных сетей

Партнерство с ретейл-сетью Panda

В 2024 г. NADEC подписала меморандум о партнерстве с компанией Panda, лидером розничной торговли Саудовской Аравии, для укрепления стратегического сотрудничества между двумя сторонами в секторе пищевой продукции. Партнерство направлено на обеспечение стабильности поставок свежих и качественных продуктов и улучшение потребительского опыта с помощью высококачественных товаров NADEC.



Источник: [официальный сайт NADEC](#)

Опыт компаний-конкурентов по выводу соковой продукции на рынок Саудовской Аравии

Кейс



Kuwaiti Danish Dairy: продвижение соковой продукции на рынке Саудовской Аравии

Kuwaiti Danish Dairy Company (KDD) — одна из ведущих компаний в сфере производства и переработки пищевой продукции на Ближнем Востоке, основана в 1962 г. в Кувейте. KDD выпускает молочную продукцию, соки, мороженое и напитки. Известна своим обширным ассортиментом соковой продукции, которая занимает значительное место в линейке компании.

Kuwaiti Danish Dairy вышла на рынок Саудовской Аравии в 1970-х гг., постепенно расширяя ассортимент и завоевывая популярность среди местных потребителей. Первоначально KDD поставляла в основном молочную продукцию, но с течением времени начала активно продвигать соки. На рынок Саудовской Аравии компания вывела свои классические соки (апельсиновый, яблочный и манговый), которые пользуются значительным спросом благодаря высокому качеству и натуральному вкусу.

KDD стремится ассоциировать свои соки с природной свежестью и пользой для здоровья, что особенно важно для семей с детьми — ключевой целевой аудитории компании. KDD также активно использует современный привлекательный дизайн упаковки, что делает продукцию заметной на полках супермаркетов. Упаковка выполнена в ярких, сочных цветах, соответствующих вкусам соков, что визуально подчеркивает их натуральность и свежесть.

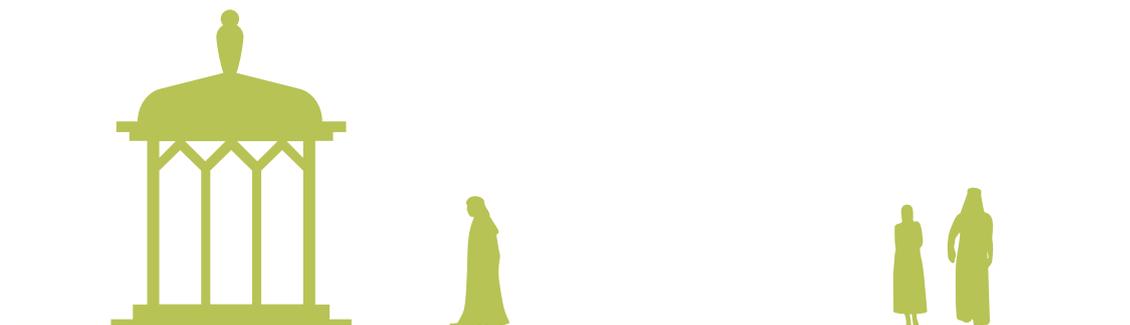
Соковая продукция KDD на рынке Саудовской Аравии позиционируется в среднем ценовом сегменте (в среднем 10,9 рияла или 2,9 долл. США за 1,5 л). Основными конкурентами являются Rani (дешевле: в среднем 6,6 рияла или 1,76 долл. США за 1,5 л), Almarai (дешевле: в среднем 10,36 рияла или 2,76 долл. США за 1,5 л), NADEC (дороже: в среднем 11,1 рияла или 2,96 долл. США за 1,5 л) и Al Rabie (дороже: в среднем 11,57 рияла или 3,08 долл. США за 1,5 л).

Продуктовая линейка

Продуктовая линейка KDD включает соки с широким ассортиментом вкусов, таких как апельсин, яблоко, манго и более экзотические варианты — гуава, мультифрукт, ананас. Эти соки популярны среди потребителей благодаря натуральному вкусу, отсутствию искусственных добавок и консервантов.

Инструменты и каналы продвижения

Для продвижения своей продукции на рынке Саудовской Аравии KDD использует традиционные каналы (рекламу в СМИ и на телевидении), цифровой маркетинг и социальные сети, продвижение в торговых точках, где компания размещает яркие стенды и брендирует витрины в супермаркетах. KDD также принимает участие в выставках и спонсирует мероприятия, связанные со здоровым образом жизни.



Примеры проведения маркетинговых кампаний

Реклама в социальных сетях

В одном из постов в социальных сетях KDD демонстрирует широкий ассортимент продукции. На изображении представлены соки с разными вкусами: маракуйя, лесные ягоды и розовый апельсин. KDD предлагает выбор для тех потребителей, кто ищет что-то особенное и новое.



Источник: открытые данные социальных сетей

Рекламные видеоролики

Компания публикует разнообразные видеоролики для продвижения продукции среди широкой аудитории. В одном из видео представлена история о подругах, которые вместе проводят время в разных локациях, где их сопровождает продукция бренда. KDD показывает, что ее соки помогают улучшить настроение и найти темы для общения.



Источник: открытые данные социальных сетей

Иногда бренд публикует небольшие видео, в которых демонстрирует основные виды и вкусы своей продукции. Так компания стремится показать разнообразие ассортимента, уверяя, что каждый может найти вкус сока, который придется по душе.



Источник: открытые данные социальных сетей

Поддержка экологических инициатив

Компания заключила партнерство с DHL для использования экологических решений DHL GoGreen Plus. Этот шаг делает KDD одной из первых компаний на территории Ближнего Востока, присоединившихся к такой крупной инициативе по устойчивому развитию, и подчеркивает ее лидерство в секторе. Партнерство является частью мер KDD по снижению воздействия на окружающую среду и поддержке борьбы с изменением климата. KDD стремится к минимализации экологического следа и решению самых значимых экологических проблем в регионах своей работы, что соответствует общей стратегии компании в области перехода к низкоуглеродной экономике.



Источник: [официальный сайт KDD](#)

Ключевые факторы успешного продвижения соковой продукции на рынке Саудовской Аравии

Социальные сети — эффективный канал привлечения аудитории

Одним из наиболее эффективных каналов продвижения соков на рынке Саудовской Аравии являются социальные сети. Компании размещают на своих страницах красочные изображения, видео- и инфографику, чтобы сделать посты более привлекательными и информативными. Яркие фотографии фруктов и соков, а также видеоролики, показывающие процесс приготовления и потребления продукции в разных условиях, помогают привлечь внимание пользователей и удерживать их интерес. Производители также публикуют поздравления с национальными и религиозными праздниками, адаптируя под это свой визуальный контент.

При выходе на рынок Саудовской Аравии продвижение продукции в социальных сетях становится одним из ключевых каналов информирования и популяризации соковой продукции.

Продвижение в традиционных каналах

Выпуск рекламных роликов на телевидении позволяет крупным производителям соковой продукции доносить больше информации о продукте до своей целевой аудитории через демонстрацию мини-историй. В таких роликах делается акцент на пользе соков для здоровья, их отдельных качествах и свойствах, вкусах, ценных ингредиентах.

Используемый в роликах видеоряд создает позитивный настрой с помощью образов природы, фитнеса, детского творчества, любимых литературных героев. Такая реклама позволяет компаниям охватывать довольно большую аудиторию телевизионных каналов и за ограниченное время выдавать насыщенный информационный поток.

Поддержка социальных проектов

Производители соков в ходе продвижения продукции на рынке Саудовской Аравии поддерживают различные социальные инициативы. В своих публикациях компании размещают познавательные видео, посвященные, например, проблеме буллинга и притеснения в школе, а также выезжают в социальные учреждения и поддерживают детей с ограниченными возможностями.

Компании уделяют большое внимание экологическим инициативам. Так, на своих страницах в социальных сетях производители соков размещают видеоруководства по изготовлению кормушек для птиц из упаковки продукции или подчеркивают важность переработки мусора. Некоторые компании стремятся

минимизировать свой экологический след и участвовать в решении значимых экологических проблем. Такая политика помогает компаниям формировать репутацию ответственного производителя, что привлекает потребителей, для которых важно соблюдение принципов устойчивого развития.

Молодежь и семьи с детьми — целевая аудитория соковой продукции

Основными потребителями соковой продукции на рынке Саудовской Аравии являются семьи с детьми и подростки. Учитывая образ жизни целевой аудитории, производители стремятся предлагать потребителям такой формат упаковок, чтобы продукт было удобно брать с собой и употреблять в любых условиях, в том числе дома. При создании маркетинговых материалов компании используют яркие визуальные образы и запоминающуюся анимацию, которая вызывает интерес у молодежи. Производители также привлекают молодых людей для участия в съемке рекламных видеороликов.

Таким образом, в ходе разработки продуктового предложения и маркетинговой стратегии при выходе на рынок Саудовской Аравии важно ориентироваться на семьи с детьми и молодежь.

Продвижение с учетом культурных и религиозных особенностей страны

При продвижении соков производители уделяют большое внимание культурным и религиозным особенностям Саудовской Аравии. Компании оформляют рекламу в восточном стиле, учитывая местную специфику.

Особое значение компании придают религиозным традициям, которые играют большую роль в жизни населения страны. Производители размещают в социальных сетях поздравления с религиозными праздниками, например с праздником с Ид аль-Адха и окончанием священного месяца Рамадан.

Продвигая продукцию в Саудовской Аравии, важно учитывать культурные особенности страны и религиозные традиции при разработке маркетинговых материалов.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Saudi FoodExpo

Международная выставка
продуктов питания и напитков



📍 **Место проведения:** Эр-Рияд, Riyadh Front Exhibition & Convention Centre

📅 **Даты проведения:** 21–24.04.2025

🌐 **Количество стран-участниц:** 60

🌐 **Основные страны-участницы:** КСА, Иордания, Россия, ОАЭ, Кувейт, Турция, Египет, Китай, Индия

👤 **Количество экспонентов:** более 450

👤 **Количество посетителей:** 15 000

📏 **Площадь экспозиции:** 18 700 м²

📚 **Тематика:** многоотраслевая

📚 **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, поставщики оборудования, логистические компании, поставщики IT-решений, агентства по сертификации, государственные органы, общественные организации



Источник: открытые данные социальных сетей

Foodex Saudi

Международная выставка
продуктов питания и напитков



-  **Место проведения:** Эр-Рияд, Riyadh International Convention and Exhibition Center
-  **Даты проведения:** 21-24.09.2025
-  **Количество стран-участниц:** 15
-  **Основные страны-участницы:** КСА, Россия, ОАЭ, Оман, Турция, Египет, Индия, Китай
-  **Количество экспонентов:** более 500
-  **Количество посетителей:** более 18 000
-  **Площадь экспозиции:** 9 800 м²
-  **Тематика:** многоотраслевая
-  **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, поставщики оборудования, агентства по сертификации, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.foodexsaudiexpo.com/en/photo>

Saudi Agriculture



Международная выставка сельского хозяйства, продуктов питания, аквакультуры и упаковочной индустрии

Выставка объединяет три отраслевых блока:

- Saudi Agrofood: площадка для демонстрации решений и технологий пищевой промышленности;
- Saudi Food Pack: площадка для демонстрации решений упаковочной индустрии;
- Saudi Aquaculture: часть выставки, посвященная рыболовству, выращиванию пресноводных, а также морских растений и животных и эффективному использованию природных ресурсов.



 **Место проведения:** Эр-Рияд, Riyadh International Convention and Exhibition Center

 **Даты проведения:** 20–23.10.2025

 **Количество стран-участниц:** более 40

 **Основные страны-участницы:** Армения, Азербайджан, КСА, Россия, ОАЭ, Катар, Бахрейн, Иордания, Турция, Египет, Китай, Индия

 **Количество экспонентов:** более 420

 **Количество посетителей:** более 26 000

 **Площадь экспозиции:** 26 470 м²

 **Тематика:** многоотраслевая

 **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, поставщики оборудования, упаковки и ветеринарных препаратов, агентства по сертификации, государственные органы, общественные организации

The Saudi Food Show

Международная выставка
индустрии питания и напитков

The
SaudiFood
Show

📍 **Место проведения:** Эр-Рияд, Riyadh Front Exhibition & Convention Centre

📅 **Даты проведения:** 12–14.05.2025

🌐 **Количество стран-участниц:** 93

🌐 **Основные страны-участницы:** КСА, ОАЭ, Оман, Кувейт, Бахрейн, Индия, Турция, Ирак

👤 **Количество экспонентов:** более 500

👤 **Количество посетителей:** 28 840

📏 **Площадь экспозиции:** 20 000 м²

🏷️ **Тематика:** многоотраслевая

🏷️ **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, агентства по сертификации, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.thesaudifoodshow.com/>

SAUDI HORECA

Крупнейшая ежегодная международная выставка продуктов питания и сектора HoReCa; проходит в Ливане, Иордании, Кувейте, Омане и Саудовской Аравии (в двух локациях: Эр-Рияде и Джидде)

SAUDI HORECA (Эр-Рияд)

📍 Место проведения: Эр-Рияд, Riyadh International Convention and Exhibition Center

📅 Даты проведения: 24–26.11.2025

🌐 Количество стран-участниц: 48

🌐 Основные страны-участницы: КСА, Россия, ОАЭ, Египет, Китай, Индия, Индонезия, Франция, Италия, Швейцария

🏪 Количество экспонентов: 350

👤 Количество посетителей: 52 000

📐 Площадь экспозиции: 15 000 м²

🏪 Тематика: сектор HoReCa

📋 Участники: производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые компании, предприятия сектора HoReCa, государственные органы, общественные организации



SAUDI HORECA (Джидда)

📍 Место проведения: Джидда, Jeddah Super Dome

📅 Даты проведения: 21–23.04.2025

🌐 Количество стран-участниц: 27

🌐 Основные страны-участницы: КСА, ОАЭ, Китай, Индия, Франция, Италия, Швейцария

🏪 Количество экспонентов: более 165

👤 Количество посетителей: более 17 000

📐 Площадь экспозиции: более 15 000 м²

🏪 Тематика: сектор HoReCa

📋 Участники: производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые компании, предприятия сектора HoReCa, государственные органы, общественные организации.



Saudi International Halal Expo & Summit

Международная многоотраслевая выставка
индустрии «Халаль»



- 📍 **Место проведения:** Эр-Рияд, Riyadh International Convention and Exhibition Center
- 📅 **Даты проведения:** 2025
- 🌐 **Количество стран-участниц:** 28
- 🌐 **Основные страны-участницы:** КСА, Россия, ОАЭ, Оман, Катар, Бахрейн, Малайзия, Индонезия
- 🏪 **Количество экспонентов:** 120
- 👤 **Количество посетителей:** 4 500
- 🗣️ **Тематика:** многоотраслевая
- 🏢 **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые компании, агентства по сертификации, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.saudihalalexpo.com/halal-expo-image/>

Gulfood

Крупнейшая в регионе выставка пищевой промышленности и напитков (ОАЭ)

Gulfood

📍 **Место проведения:** Дубай, Dubai World Trade Center (DWTC)

📅 **Даты проведения:** 17–21.02.2025

🌐 **Количество стран-участниц:** более 190

🌐 **Основные страны-участницы:** ОАЭ, Иордания, Россия, КСА, Оман, Кувейт, Турция, Египет, Китай, Индия, Вьетнам

🏠 **Количество экспонентов:** более 5 500

👤 **Количество посетителей:** 93 000

📏 **Площадь экспозиции:** 92 900 м²

🏷️ **Тематика:** многоотраслевая

👥 **Участники:** производители продуктов питания и напитков, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, поставщики оборудования, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.gulfood.com/whyvisit>

**Особые
экономические зоны**





Особые экономические зоны Саудовской Аравии

Рис. 33. Расположение особых экономических зон Саудовской Аравии



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

Саудовская Аравия использует формат экономических и промышленных городов для привлечения иностранных инвестиций. Правительство королевства поставило амбициозный план — к 2030 г. войти в топ-15 крупнейших экономик мира¹⁹. В рамках Национальной программы Saudi Vision 2030 было создано Управление по экономическим городам и особым зонам (Economic Cities and Special Zones Authority), которое является главным регулятором для экономических городов и особых экономических зон.

¹⁹ [Saudi Arabia to become one of the top 15 economies globally by 2030](#). ArabNews. 2022.

В настоящее время ведется активная работа над обустройством отдельных экономических и промышленных городов, планируется создать город будущего Неом на северо-западе страны. Многоотраслевая экономическая зона, ориентированная в том числе на экологически безопасное сельское хозяйство, устойчивую аквакультуру и разработку новых продуктов питания, будет иметь свой логистический центр для поставок на региональные и мировые рынки.

Экономические города

Для развития [экономических городов](#) инвесторам предоставляются определенные льготы²⁰:

- беспошлинный ввоз сырья и оборудования;
- право 100%-ной иностранной собственности;
- корпоративный налог на прибыль 5% в течение 20 лет;
- освобождение от налогов при репатриации прибыли из экономических городов;
- гибкие условия найма иностранных специалистов в течение первых пяти лет;
- НДС 0% для всех товаров, реализуемых внутри экономических городов и между ними;
- специальный налоговый режим согласно принципам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) об избежании двойного налогообложения;
- конкурентные тарифы на коммунальные услуги, особенно электроэнергию.

В Саудовской Аравии всего четыре экономических города, три из которых пока не запущены.

Экономический город короля Абдуллы (King Abdullah Economic City) — единственный действующий в настоящее время экономический город, основан в 2005 г., расположен недалеко от международного аэропорта Джидды и рядом с портом Кинг Абдулла. Этот крупнейший экономический город площадью 173 км² — основа диверсификации экономики страны. Среди приоритетных отраслей — автомобилестроение, производство строительных материалов, фармацевтика, производство пищевых продуктов и логистика. В 2020 г. на реализацию проекта планировалось выделить 53 млрд долл. США на период до 2025 г.

²⁰ [Saudi Arabia. Launches four special economic zones](#). UNCTAD Investment Policy Hub. 2022.

Экономический город Джизан (Jazan Economic City) — планируется к запуску, ориентирован на сырьевой сектор и перерабатывающую промышленность. При этом производство пищевых продуктов и упаковки также в числе приоритетных. Джизан выгодно расположен в непосредственной близости от Баб-эль-Мандебского пролива, через который пролегает морской торговый путь из Европы (через Суэцкий канал) на Дальний Восток и в Персидский залив.

Экономический город Рас-эль-Хайр (Ras Al-Khair) — планируется к запуску, расположен на берегу Персидского залива. Позиционируется как логистический центр для экспортно-импортных операций. Предназначен для компаний, связанных с судостроением и нефтедобычей.

Экономический город принца Абдулазиза бин Мусаеда (Prince Abdulaziz Bin Mosaed Economic City) — должен быть достроен в 2025 г. и стать центром новых прорывных технологий. Территория провинции Хаиль, где расположен город, известна обилием сельскохозяйственных культур. На территории города будет построен передовой центр сельскохозяйственных исследований.

В 2022 г. Саудовская Аравия запустила интегрированную логистическую зону на территории международного аэропорта имени короля Салмана в Эр-Рияде. Вместе с ней четыре новых экономических города составят первый этап крупнейшей долгосрочной государственной программы по привлечению ПИИ в страну.

Промышленные города

В рамках Национальной программы развития промышленности и логистики (National Industrial Development and Logistics Program, 2021–2025) Саудовская Аравия стремится стать ведущей промышленной державой. Программа нацелена на горнодобывающую промышленность, энергетику и логистику. В настоящее время в королевстве существует 36 промышленных городов.

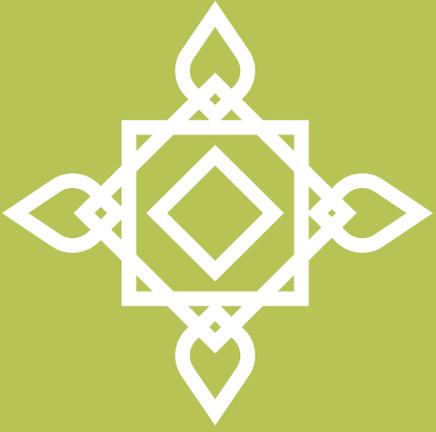
В промышленных городах для привлечения компаний Управление по промышленным городам и технологическим зонам (Saudi Authority of Industrial Cities and Technological Zones или MODON) предлагает льготные условия аренды и кредитования (до 75% на 20 лет), освобождение от уплаты ввозных пошлин на сырье и оборудование. Наиболее известные и развитые города — Джубайль и Янбу, нацеленные на нефтяную и нефтехимическую отрасли. Среди промышленных городов, задействованных в пищевой отрасли, можно выделить Табук и Эль-Джауф.

Перспективы размещения российских компаний на территории особых экономических зон Саудовской Аравии

В настоящее время ни один из логистических мегапроектов Саудовской Аравии не завершен (Экономический город короля Абдуллы получил лицензию свободной зоны только в июле 2023 г.); инфраструктура находится в стадии строительства. Однако в будущем порты и зоны королевства на Красном море представляются перспективными для российских компаний, работающих на рынке Саудовской Аравии и африканских стран (Африканского Рога и Восточной Африки). Зоны в районе Персидского залива менее привлекательны, поскольку вынуждены будут конкурировать с развитой системой экономических зон ОАЭ, которые действуют и работают с резидентами уже несколько десятилетий.

Особенности ведения бизнеса





Саудовская Аравия живет по строгим законам шариата (исламского права), которые определяют нормы социального поведения и делового этикета. Социальный статус играет важнейшую роль. Общество сильно бюрократизировано: решения принимаются на нескольких уровнях иерархической структуры. Многие предприятия представляют собой семейный бизнес, которым управляют члены одной семьи и иногда близкие друзья. Саудовцы предпочитают вести бизнес с теми, кого знают лично и кому доверяют.

Уважительное отношение к исламу крайне важно, так как религия играет первостепенную роль в стране. Например, мусульмане молятся пять раз в сутки, и, если время молитвы совпадет со временем переговоров, придется подождать.

Бизнес в Саудовской Аравии имеет иерархическую структуру, основанную на возрасте и должности. Решения принимают руководители высшего звена, при этом к старшим относятся с глубоким уважением, даже если они занимают более низкое положение в компании. В семейном бизнесе полномочия по принятию решений принадлежат главе семьи.

Табл. 21. Ключевые аспекты деловой культуры Саудовской Аравии

	Язык делового общения	Арабский
	Электронная коммуникация	Мессенджеры
	Стиль делового общения	Непрямой; важны язык жестов, мимика, интонации
	Формы обращения	Почетное звание/титул (доктор, шейх) + имя
	Обмен визитными карточками	Допустим, но соблюдается не всегда
	Деловой дресс-код	Строго консервативный
	Отношение ко времени	Свободное
	Темы для светской беседы	Искусство, культура, спорт
	Темы-табу	Ислам, религиозные обряды и права женщин, политика и королевская семья
	Подарки	Приемлемы, но необязательны
	Рабочая неделя	С воскресенья по четверг

Планирование и проведение встречи

Деловые встречи лучше планировать за несколько недель. Время встречи с официальными лицами подтверждается по приезду в страну.

Правила этикета требуют пунктуальности, однако сами саудовцы могут опаздывать. Также нужно быть готовым к тому, что первоначальные встречи могут не касаться важных деловых вопросов и не давать ожидаемого результата, поскольку саудовцы рассматривают их как возможность лучше узнать бизнес-партнеров и укрепить доверие.

Во время встречи обычно предлагают чай или кофе в знак гостеприимства. Отказываться не следует. Особую роль в деловых отношениях играют совместные обеды или ужины. Обычно счет оплачивает приглашающая сторона.

При планировании деловых визитов и встреч рекомендуется учитывать праздничные нерабочие дни. Рабочая неделя в Саудовской Аравии длится с воскресенья по четверг, выходные приходятся на пятницу и субботу. Рабочий день продолжается с 9:00 до 20:00, обеденный перерыв — с 13:00 до 16:30. В священный месяц Рамадан рабочий график может кардинально перестраиваться: для госслужащих устанавливается пятичасовой рабочий день — с 10:00 до 15:00, для работников частного сектора — шестичасовой. Кроме того, могут встречаться и другие вариации рабочего графика в зависимости от региона. В связи с этим не следует планировать деловые визиты в Саудовскую Аравию во время Рамадана и хаджа (паломничество мусульман в Мекку). В летние месяцы (с июня по сентябрь) в Саудовской Аравии может стоять сильная жара. В этот период будет комфортнее пригласить партнеров с деловым визитом в Россию.



Этикет приветствия

При знакомстве или встрече принято приветствовать рукопожатием каждого из присутствующих, поддерживая зрительный контакт и не нарушая личного пространства. Церемонию рукопожатия следует начинать с самого старшего по возрасту, если вы не знаете иерархию заранее. Рукопожатие между лицами противоположного пола допустимо, только если женщина протягивает руку первой. Дистанция между собеседниками в арабском мире меньше, чем в европейском.

При обращении к партнерам называют почетное звание/титул (доктор, шейх и др.) с именем. К коллегам принято обращаться по имени, хотя лучше дождаться инициативы от саудовской стороны. Рекомендуется также выучить стандартные фразы приветствия на арабском языке, чтобы произвести благоприятное впечатление.

Табл. 22. Стандартные фразы приветствия на арабском языке

Арабское написание	Транслитерация	Перевод
مكدي ع ماسلا	Ассалам алейкум	Мир вам
ماسلا مكدي عو	Ваалейкум ассалам	И вам мир
ريخل احابص	Сабах аль-хейр	Доброе утро
رونلا احابص	Сабах ан-нур	(ответ на «Доброе утро»)
ريخل اءاسم	Маса' аль-хейр	Добрый вечер
رونلا اءاسم	Маса' ан-нур	(ответ на «Добрый вечер»)
الهسو الهأ	Ахлян ва сахлян	Добро пожаловать
كلالح فيك	Кайф халак? (к мужчине) Кайф халик? (к женщине)	Как ваши дела?

Стиль одежды

Саудовская Аравия — консервативная страна, поэтому в деловом мире необходимо проявлять уважение ко многим аспектам, начиная с внешнего вида. Мужчинам подойдет строгий деловой костюм (пиджак в жару необязателен). Женщинам — костюм или платье длиной до щиколоток, туфли на низком каблуке и желателен легкий шарф-палантин. Одежда должна быть нейтрального цвета и свободной, чтобы открытыми оставались только лицо и кисти.

Подарки

В деловых отношениях подарки приемлемы, но необязательны. Обычно ими обмениваются близкие друзья. Правила ислама запрещают дарить алкоголь, продукты из свинины, изделия из свиной кожи и ножи, которые могут быть истолкованы неоднозначно. Также нельзя дарить художественные изображения живых существ, будь то скульптура человека или животного, картины или фотографии с изображением человеческого тела. Преподносить подарки, передавать визитные карточки, брать еду за столом следует только правой рукой, поскольку левая считается нечистой.

Визитные карточки

Обмен визитными карточками — не слишком распространенная практика в Саудовской Аравии. Соблюдается она не всегда, но вполне допустима. Местные коллеги оценят, если одна сторона визитки будет на арабском языке. Передавать визитную карточку необходимо только правой рукой.

Деловое общение

Для деловой культуры Саудовской Аравии характерен более медленный темп переговоров по сравнению со многими западными культурами. Спешка часто рассматривается как признак неуважения или отчаяния. Основное внимание уделяется укреплению доверия и взаимного уважения, а не стремлению к быстрому заключению сделки. Поэтому очень важно набраться терпения и позволить переговорам развиваться в естественном темпе. В интересах построения долгосрочных деловых отношений следует быть готовым пойти на небольшие уступки партнерам.

Будьте готовы к общению на личные темы (семья, здоровье), которое способствует укреплению доверия при ведении бизнеса. Беседа во время первой встречи может касаться исключительно общих тем. Следует подождать, пока деловой партнер не заговорит о бизнесе первым.

Для встречи рекомендуется подготовить тезисную презентацию с графиками, таблицами, интересными иллюстрациями. Желательно, чтобы материалы были переведены на арабский язык и качественно оформлены: саудовцы обращают внимание на бренды и презентабельный вид. Деловое общение проходит неторопливо. Поспешность, напористость, любое давление могут привести к отрицательному результату. Также следует избегать открытой критики, чтобы никого не смутить и не оскорбить.

Некоторые тезисы во время переговоров лучше повторить пару раз, чтобы продемонстрировать свою убежденность. Следует избегать преувеличенных заявлений. По возможности лучше подкреплять утверждения и прогнозы конкретными данными: цифры и расчеты только повысят ценность вашего бизнес-проекта или предложения в глазах саудовцев.

Необязательно, что во время переговоров больше всего вопросов будет задавать человек с наивысшими полномочиями в принятии решений, но при ответе партнерам следует обращаться напрямую к старшему в иерархии.

Торг составляет важную часть арабской предпринимательской культуры. Поэтому рекомендуется изначально немного завязать предлагаемые условия, чтобы в процессе переговоров сделать приятную для партнеров уступку. Как правило, саудовцы выполняют устные обещания, но будет надежнее закрепить их в письменном контракте.

В арабском мире вместо слов часто используют язык жестов и зрительный контакт. Мимика, интонации и паузы в разговоре помогают понять недосказанное. В ходе переговоров саудовцы порой ведут себя эмоционально и разговаривают на повышенных тонах. Это может означать высокий уровень заинтересованности и не должно восприниматься негативно.

Желательно, чтобы на переговорах присутствовал переводчик, особенно если руководитель высшего звена — человек в возрасте.

Государственные праздники

Табл. 23. Государственные праздники Саудовской Аравии в 2025 г.

Праздник	Дата
День основания Саудовской Аравии	22 февраля ⁱ
День флага	11 марта
Ураза-байрам (Ид аль-Фитр)	28 марта – 3 апреля ⁱⁱ
День Арафа (Арафат)	6 июня ⁱⁱⁱ
Курбан-байрам (Ид аль-Адха)	7–11 июня ^{iv}
День провозглашения Королевства Саудовская Аравия	23 сентября

Источник: [Office Holidays](#)

Примечания. ⁱ Возможен перенос выходного дня на следующий день.

ⁱⁱ 28–30 марта выходные только для государственных и банковских учреждений, с 31 марта по 3 апреля — общенациональные выходные.

ⁱⁱⁱ Выходной только для государственных и банковских учреждений.

^{iv} 7–9 июня — общенациональные выходные, 10–11 июня — выходные только для государственных и банковских учреждений.

Преимущества и риски осуществления поставок

9

The image shows three clear plastic bottles with black caps, filled with different colored juices (yellow, green, and orange), arranged on a wooden surface. The background is softly blurred, showing a kitchen setting with a cutting board and some produce. A large white number '9' is overlaid in the bottom left corner.

Содержание

9.1.

Преимущества

9.2.

Риски



9.1. Преимущества

Устойчивое социально-экономическое развитие

Экономика Саудовской Аравии развивается достаточно стабильно. Прогнозируется, что по итогам 2024 г. темпы роста ВВП в стране достигнут 1,5%, к 2025 г. повысятся до 4,6%, а в 2026–2029 гг. составят в среднем 3,5–4,4% в год. Страна демонстрирует стабильно низкий уровень инфляции, а также рост занятости и снижение безработицы среди взрослых и молодежи. В 2022–2023 гг. уровень безработицы составил 4,8–4,9%, в I квартале 2024 г. сократился среди всех жителей королевства до 3,5%, саудитов — до 7,6%, молодежи — до 15,6%. Та же тенденция прослеживается среди женского населения: в I квартале 2024 г. доля занятых женщин составила 33,4%, что превышает установленный в программе Saudi Vision 2030 целевой показатель 30%. Ожидается, что к 2030 г. уровень безработицы достигнет 7%, занятости — 60% (при этом занятость особенно повысится среди граждан Саудовской Аравии моложе 35 лет).

Рост потребления соковой продукции

Потребление соковой продукции по результатам 2023 г. составило 27,0 литров на человека в год, что сопоставимо с уровнем большинства стран с развитой культурой потребления соковой продукции. Смягчение визовой политики и стремление к диверсификации экономики стимулируют развитие туристического сектора и гостинично-ресторанного бизнеса. В рамках этого направления реализуется ряд мегапроектов по созданию крупнейших в регионе курортов, что может привести к дальнейшему увеличению спроса на соковую продукцию. Прогнозируется, что ее потребление будет расти на 2,2% в год и к 2028 г. достигнет 987,2 млн литров.

Распространение электронной торговли

Наряду с другими каналами продаж соковой продукции все большую популярность приобретает розничная электронная торговля. Увеличивается количество онлайн-площадок, обеспечивающих удобный доступ к потенциальным потребителям. По оценкам экспертов, рынок электронной торговли в Саудовской Аравии только в начале пути и демонстрирует тенденцию уверенного роста, что открывает дополнительные возможности для обеспечения присутствия на рынке страны.

Развитый рынок, следующий современным потребительским трендам

В Саудовской Аравии востребованность отдельных видов соковой продукции различается и во многом зависит от повышения интереса потребителей к здоровому образу жизни. Это отражает сложившийся и хорошо изученный тренд во многих странах с высокой культурой потребления соковой продукции. По экспертным оценкам, ведущие производители соковой продукции, присутствующие на рынке страны, будут увеличивать ассортимент полезных для здоровья напитков, расширяя линейку продуктов без добавления сахара, с низкой калорийностью и повышенным содержанием витаминов и иных полезных ингредиентов, а также использовать более привлекательную и экологичную упаковку.

Прогнозируемый потребительский рынок

Внимание к культурным и религиозным особенностям страны позволяет довольно точно планировать график поставок на весь год. Религия играет большую роль в жизни населения Саудовской Аравии, которое четко следует религиозному календарю и чтит традиции. Пик потребления продуктов питания, включая соковую продукцию, приходится на религиозные праздники, а также сезоны умры и хаджа. Опыт ведущих игроков рынка свидетельствует, что учет этих факторов способен значительно повысить эффективность маркетинговой стратегии экспортера.

9.2. Риски

Развитое внутреннее производство и острая конкуренция на рынке

В Саудовской Аравии фиксируется высокий уровень самообеспечения соковой продукцией: в 2022 г. производство соков составило 120% от потребностей внутреннего рынка в натуральном выражении. Местные компании (Almarai, Al Rabie Saudi Foods, National Agricultural Development Company и др.) совокупно занимают более 50% рынка. Кроме того, с развитием гостинично-ресторанного сектора среди жителей страны увеличивается спрос на импортную соковую продукцию. Ведущими поставщиками являются производители соков из Испании, Индии, Кувейта. В 2022 г. эти страны поставили 23,0%, 16,6% и 12,9% от общего объема импорта в натуральном выражении соответственно. Кроме того, заметные позиции на рынке занимают производители из Китая, Бразилии, Нидерландов, Австрии. Их продукция хорошо известна потребителям и пользуется спросом в определенных рыночных нишах.

Изменение структуры спроса

В связи с активной политикой поддержки здорового образа жизни и правильного питания, а также с введением ряда налогов и ограничений на сахаросодержащие напитки (включая запрет соковой продукции с искусственными красителями) потребление соковой продукции с высоким содержанием сахара, наличием в составе консервантов, ароматизаторов, подсластителей, красителей и других химических веществ начинает снижаться. Все большей популярностью пользуются кокосовая вода, натуральные соки, нектары с низким содержанием сахара, а также обогащенные витаминами и микроэлементами.

Активно развивающийся рынок товаров-заменителей

Серьезную конкуренцию соковой продукции на местном рынке составляют ее товары-субституты. Среди безалкогольных напитков в 2019–2023 гг. наиболее быстрый рост продемонстрировали газированные напитки и минеральная вода. Фруктовые и ягодные соки относительно легко замещаются сладкими слабогазированными и негазированными напитками, которые довольно популярны и продаются под брендами Pepsi, 7-Up, Almarai, Mountain Dew и др. Кроме того, широко распространены диетические напитки: лимонад, витаминизированная вода, холодный чай и кофе. Среди мужской части населения королевства набирает популярность безалкогольное пиво с фруктовыми и солодовыми вкусами таких брендов, как Barbican, Holsten, Nada.

Непростые условия ведения бизнеса

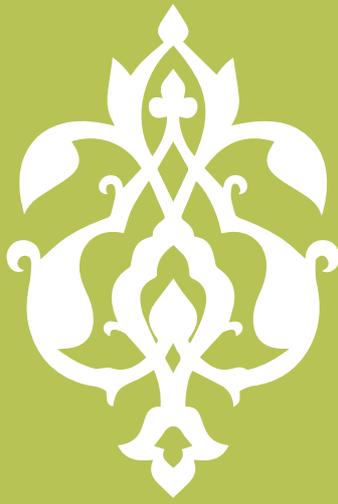
В Саудовской Аравии достаточно сложные миграционные законы и специфическое налогообложение. Перед выходом на этот рынок важно точно рассчитать весь комплекс возможных издержек на юридические услуги, банковское и налоговое сопровождение. В Саудовской Аравии очень высокие требования к качеству ввозимой продукции, транспортировке, упаковке, маркировке, составу продукции и др. Также придется постоянно отслеживать все правила и стандарты, поскольку они часто обновляются на уровне ССАГПЗ и доступны преимущественно на платной основе. Саудовская Аравия не является участником Мадридской системы (хотя и планирует к ней присоединиться), поэтому международная регистрация товарных знаков для выхода на местный рынок пока невозможна.

Следует учитывать, что стандарт «Халяль» определяет требования не только к продуктам и расходным материалам, но и к коммерции в широком смысле. При организации экспортных поставок понадобится сертификат, подтверждающий, что перевозка товаров соответствует стандарту.

Карта действий экспортера

A glass of orange juice is the central focus, filled with bright orange liquid. The background is a dark, textured surface with several whole oranges and one orange slice in the foreground, creating a fresh and vibrant scene.

10



Саудовская Аравия может рассматриваться как одно из перспективных направлений для поставок соковой продукции российскими компаниями. Страна входит в ССАГПЗ, что открывает экспортерам доступ на рынки других государств – членов Совета. Вместе с тем рынок безалкогольных напитков в Саудовской Аравии имеет свои особенности. Соковая продукция — популярная категория напитков, и в стране сформировалась самобытная культура ее потребления. Наибольшим спросом пользуются сокосодержащие напитки и нектары, в импорте наибольшую долю занимают соки из одного вида фруктов или овощей, включая апельсиновый, виноградный, яблочный. Для успешного экспорта целесообразно изучить и учесть ключевые рыночные факторы, особенности деловой культуры, тщательно проработать все этапы сделки и поставки.

Этап I Подготовка к экспорту

- 1) Оценка рынка соковой продукции в Саудовской Аравии (подготовка стратегии выхода на рынок).
 - а) Оцените перспективность рынка (объем, структуру, динамику) и выберите целевой сегмент. В Саудовской Аравии рынок соковой продукции имеет ряд важных для экспортеров особенностей:
 - преимущества: рост потребительских расходов, в том числе на напитки; снижение производства соков в сочетании с увеличением объемов продаж; повышение цен на рассматриваемую продукцию; активное развитие крупных розничных сетей и сектора HoReCa; открытость потребителей к новым импортным товарам и брендам;
 - недостатки: высокий уровень самообеспеченности; стагнация потребления в сочетании со снижением объемов импорта; конкуренция со стороны зарубежных поставщиков и местных производителей; наличие более популярных товаров-субститутов: бутилированной воды и газированных напитков (подробнее см. разделы [1.4](#), [2](#), [9](#)).
 - б) Оцените возможный уровень доходности поставок и уровень цен в сравнении с ключевыми конкурентами: подготовьте калькуляции цен и издержек с учетом имеющейся информации об основных категориях будущих расходов — транспорт (перевозка), хранение, импортные и экспортные пошлины, налоги (подробнее см. разделы [2.1](#), [2.3](#), [4.2](#), [5.1](#)). Дополнительно рекомендуется учитывать следующие аспекты:
 - стоимость инвестиций в подготовку предприятия к прохождению аудитов для подтверждения соответствия производственных процессов и продукции требованиям Саудовской Аравии;

- расходы на сертификацию, получение подтверждающих и разрешительных документов, прохождение контрольных и таможенных процедур; страхование; комиссии посредников; стоимость валютно-финансовых операций;
- издержки по преодолению основных барьеров ввоза Саудовскую Аравию, такие как комплексные требования к ввозимой продукции и строгие процедуры контроля, ограниченность маршрутов доставки из России, особые требования к упаковке и др. (подробнее см. раздел [4.2](#));
- возможности снижения издержек за счет получения государственной поддержки в России, а также работы через ОЭЗ (подробнее см. разделы [7](#), [12](#)).

2) Оценка готовности компании к экспорту.

Этапы 2а – 2в являются обязательными для компаний, ранее не осуществлявших экспорт. Для действующих экспортеров носят рекомендательный характер.

- а)** Оцените способность компании осуществлять экспортную деятельность по следующим критериям:
- необходимые профессиональные компетенции и опыт работы, в том числе в Саудовской Аравии;
 - потребности в дополнительных финансовых ресурсах;
 - потребности в дополнительных кадровых ресурсах (продажи на экспорт, таможенные процедуры, международный маркетинг и др.).
- б)** Оцените возможности делегирования части компетенций профессиональным посредникам (агентам) или профильным компаниям (в том числе таможенным брокерам, перевозчикам).
- в)** Осуществите поиск страховщиков и банков для обеспечения страхования рисков и взаимных расчетов.
-
- г)** Осуществите поиск в Саудовской Аравии торгового агента — посредника, который на основе опыта работы на местном рынке и знаний национального законодательства будет помогать при подготовке предприятия и продукта к выходу на рынок, а также обеспечивать ввоз продукции (подробнее см. раздел [5.3](#))²¹.
-

²¹ Данный шаг не является обязательным и приведен в качестве рекомендации.

- д)** Оцените возможности резервирования отдельных производственных мощностей для выпуска соковой продукции на экспорт в соответствии с требованиями Саудовской Аравии, включая требования «Халяль» (подробнее см. разделы [3.1](#), [3.2](#)).
 - е)** Изучите правила аттестации предприятия в соответствии с требованиями Саудовской Аравии. Соковая продукция не является подконтрольной и находится вне ведения Россельхознадзора, контроль производителей со стороны Саудовской Аравии также обычно не осуществляется — контролируется только поставляемая продукция (подробнее см. разделы [3.2](#), [3.3](#)).
 - ж)** Изучите требования по регистрации компаний-производителей или поставщиков: необходима регистрация компании в качестве зарубежного поставщика продукции в системе SFDA для получения сертификата SASO (подробнее см. раздел [3.3](#)). На практике в большинстве случаев регистрацию поставщика осуществляет импортер.
- 3)** Оценка готовности продукта к экспорту.
- а)** Изучите требования к соковой продукции в Саудовской Аравии (подробнее см. раздел [3.3](#)).
 - б)** Изучите требования к маркировке и упаковке продукции; согласуйте образцы упаковки и маркировки с агентом/импортером (подробнее см. раздел [3.4](#)).
 - в)** Убедитесь, что наименование бренда и изображения на упаковке допустимы согласно местным законам, а также привлекательны для потребителя (подробнее см. разделы [3](#), [6](#)).
 - г)** Проверьте необходимость прохождения процедур регистрации, лицензирования ввозимого продукта: в Саудовской Аравии предусмотрена обязательная регистрация всех продуктов питания в SFDA по итогам проверки соответствия требованиям; также необходимо зарегистрировать и сертифицировать импортную продукцию в SASO (подробнее см. раздел [3](#)).
 - д)** Проверьте требования по сертификации: необходимо оформить сертификаты происхождения, соответствия, качества и др.; рекомендуется оформить сертификат «Халяль»; также могут потребоваться сертификаты органический (для органических продуктов), «без ГМО», если это заявлено для продукта (подробнее см. разделы [3](#), [4](#)).
 - е)** Изучите требования к процедурам лабораторного контроля продукции в Саудовской Аравии (подробнее см. раздел [3.3](#)).

- ж) Проработайте вопрос защиты интеллектуальной собственности, включая проверку уникальности бренда и отсутствия конфликта прав. Регистрация товарного знака возможна только на национальном уровне и происходит в Управлении интеллектуальной собственности (подробнее см. раздел [5.4](#)).
- з) Подготовьте уникальное торговое предложение и модель конкуренции.

Этап II Подготовка сделки

- 1) Организуйте поиск потенциальных покупателей в Саудовской Аравии. Основные каналы сбыта соковой продукции: розничная торговля, в меньшей степени — сектор HoReCa (подробнее см. разделы [2.1](#), [2.3](#), [6.1](#)). На этом шаге целесообразно уделить особое внимание проверке контрагента (его деловой репутации, платежеспособности).
- 2) В качестве одного из способов продвижения продукции можно рассмотреть участие в выставках в Саудовской Аравии или крупных региональных выставках (подробнее см. раздел [6.2](#)) с ввозом образцов продукции. Рекомендуется организовать рабочую поездку для ознакомления со спецификой розничных продаж, ценообразования и формирования ассортимента.
- 3) Организуйте переговоры с потенциальным покупателем, учитывая особенности деловой культуры и национальные традиции Саудовской Аравии (подробнее см. раздел [8](#)); достигните предварительной договоренности о поставке.
- 4) Заключите соглашение с банком для организации платежей по будущим сделкам с учетом требований валютного законодательства России и Саудовской Аравии; аккредитив, открытый счет и предварительная оплата — рекомендуемые способы финансовых расчетов (подробнее см. раздел [5.2](#)).
- 5) Заключите договор с таможенным брокером для организации экспорта товара и осуществления связанных с этим таможенных операций или будьте готовы организовать вывоз продукции самостоятельно (если условия договора предусматривают данные обязательства со стороны продавца)²².



²² В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, сюрвейерских услуг.

- 6) Заключите договоры перевозки и страхования²³ (груза, риска неплатежа), оказания сюрвейерских услуг, если условия договора предусматривают данные обязательства со стороны продавца²⁴. Оптимальным вариантом доставки соковой продукции в Саудовскую Аравию является морская перевозка (подробнее см. раздел [5.1](#)).
- 7) Подготовьте и заключите контракт с покупателем (учитывая особенности распределения обязательств, рисков и ответственности по Инкотермс 2020) с указанием цены, объемов и сроков поставок, момента перехода права собственности и др.
- 8) Проверьте необходимость регистрации контракта в банке для валютного контроля; при необходимости откройте валютный счет для осуществления расчетов (подробнее см. раздел [5.2](#)).

Этап III Действия до вывоза товара с территории России

- 1) Зарегистрируйтесь в таможенном органе ФТС России (если ранее экспорт не осуществлялся).
- 2) Получите предварительную оплату от покупателя (если был согласован данный способ расчетов).
- 3) Подготовьте документы на партию товара, согласуйте их с покупателем:
 - документы по сделке (договор, упаковочные листы, спецификации, счета-фактуры и др.);
 - документы на продукцию (результаты лабораторных анализов, образцы маркировки, сертификаты и др.).
- 4) Дайте поручение перевозчику в рамках договора, заключенного ранее.
- 5) Согласуйте с перевозчиком и таможенным брокером²⁵ сроки отгрузки товара в соответствии с расписанием морских судов во избежание дополнительных затрат на хранение груза.

²³ В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, сюрвейерских услуг.

²⁴ Распределение обязательств часто основывается на базисах поставки Инкотермс 2020. Возможные варианты доступны по [ссылке](#) (часть материалов предоставляется на платной основе).

²⁵ См. сноску 23.

- 6) Самостоятельно либо с помощью таможенного брокера²⁶ осуществите таможенное оформление груза (можно как в месте отгрузки, так и на терминале в порту отправления). Передайте контракт, счета-фактуры, отгрузочные, транспортные, иные требуемые документы в таможенные органы или профессиональному посреднику для оформления процедуры вывоза (подробнее см. разделы [4.1](#), [5.1](#)).
- 7) Передайте товар перевозчику²⁶ (отгрузка товара), получите транспортные документы (накладные/CMR, экспедиторские расписки о передаче груза).
- 8) После погрузки товара на борт судна получите коносамент, подтверждающий факт отгрузки.
- 9) Соберите пакет документов (контракт, упаковочный лист, спецификация, инвойс, сертификат происхождения и др.) и организуйте его отправку покупателю курьерской почтой. Дополнительно может потребоваться перевести документы на арабский язык, а также направить образцы упаковки, этикеток и самой продукции для процедур контроля (подробнее см. раздел [4](#)).

Этап IV Действия по доставке товара на территорию Саудовской Аравии²⁷

- 1) В большинстве случаев ответственность за организацию ввоза товара в страну лежит на покупателе. Компания-экспортер также может решить сделать это самостоятельно, например при использовании базиса DDP (это возможно, если экспортер зарегистрировал в Саудовской Аравии отдельное юридическое лицо; подробнее см. раздел [5.3](#)). В этом случае:
 - а) зарегистрируйте юридическое лицо в Саудовской Аравии: торговую или производственную компанию (подробнее см. раздел [5.3](#));
 - б) зарегистрируйте компанию в качестве импортера в таможенных органах Саудовской Аравии, зарегистрируйтесь на интернет-портале SFDA, внесите в систему E-Clearance данные о планируемой к ввозу продукции (подробнее см. раздел [4](#));

²⁶ В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, скрувейерских услуг.

²⁷ Этап IV в большинстве случаев является необязательным, но при определенной схеме поставок может приниматься к сведению.

- в) обеспечьте прохождение импортного таможенного и иных видов государственного контроля ввозимых продуктов питания с предоставлением электронных копий требуемых документов на английском или арабском языке в системе E-Clearance; дополнительно могут потребоваться образцы продукции и этикеток для контроля ввозимой пищевой продукции (подробнее см. раздел [4](#));
- г) уплатите таможенные пошлины и сборы; организуйте перегрузку и хранение товара до его передачи покупателю (подробнее см. раздел [4.1](#)).

Этап V Действия после получения товара покупателем

- 1) Получите платеж от покупателя, если не была согласована предварительная оплата; аккредитив и открытый счет — предпочтительные способы финансовых расчетов при поставках в Саудовскую Аравию (подробнее см. раздел [5.2](#)).
- 2) Организуйте возмещение НДС через обращение в ФНС России (подробнее см. раздел [4.1](#)).
- 3) Организуйте рекламационную работу, включая получение претензий по качеству товара от покупателя, возмещение убытков покупателю при наличии доказательств ответственности продавца, направление запросов на возмещение убытков страховой компании или перевозчику.
- 4) Проработайте вопрос улучшения условий экспорта: в случае успешных поставок и интереса со стороны покупателя целесообразно пересмотреть условия контракта (например, установить гарантии размещения заказов на определенный объем).
- 5) Организуйте кампании по продвижению продукции, включая участие в выставках, продвижения через социальные сети и др. (подробнее см. раздел [6](#)). Продолжите более глубокое изучение особенностей рынка Саудовской Аравии (подробнее см. разделы [1](#), [2](#), [6](#), [9](#)).
- 6) Оцените перспективы расширения присутствия на рынке: целесообразно рассмотреть регистрацию юридического лица или филиала в Саудовской Аравии, в том числе на территории ОЭЗ²⁸ (подробнее см. разделы [5.3](#), [7](#)).

²⁸ В рамках программы саудизации для регистрации компании в КСА необходимо обеспечить прием на работу не менее 20% персонала, имеющих подданство королевства.

Полезные контакты

Информационные ресурсы и услуги АО «РЭЦ»:

- цифровая платформа «Мой экспорт»: myexport.exportcenter.ru
- регистрация на портале: <https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1>
- доступ к базе знаний: www.exportcenter.ru/international_markets/export
- каталог услуг (кредитно-гарантийная поддержка, страхование, продвижение на внешние рынки, специальные программы по поддержке экспорта и др.): www.exportcenter.ru/services
- партнерские предложения:
www.exportcenter.ru/partnyerskaya-programma-rets

Запрос на поддержку экспортера в Минпромторг России:

www.minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export

Торговое представительство РФ в Саудовской Аравии:

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

Потенциальные площадки для поиска бизнес-партнеров:

- Посольство России в Саудовской Аравии: <https://riyadh.mid.ru>
- ТПП РФ: www.tpprf.ru
- Федерация Саудовских торгово-промышленных палат:
<https://fsc.org.sa/about-fsc/chambers-of-commerce/chambers-of-commercelist/?lang=en>

Контактная информация



Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Импорт

Розничная торговля

Al-Othaim



Одна из крупнейших розничных сетей в Саудовской Аравии и Египте. Владеет 143 супер- и гипермаркетами, а также 27 магазинами и другими торговыми точками в стране

Адрес: Rabwa Eastern Ring Road, Riyadh

Тел.: +966 11 254 7000

E-mail: wecare@othaimmarkets.com

Сайт: www.othaimmarkets.com

Импорт

Розничная торговля

Электронная торговля

Panda Retail Company



Крупнейшая на Ближнем Востоке сеть розничной торговли продуктами питания. Входит в Savola Group. Под управлением холдинга находятся 210 продуктовых магазинов в Саудовской Аравии

Адрес: Headquarters Business Park, Savola Group Tower, Prince Faisal Ibn Fahd, Ash Shati, Jeddah

Тел.: +966 12 268 7755

E-mail: info@savola.com

Сайт: www.panda.com.sa

Импорт

Розничная торговля

Электронная торговля

Carrefour



Транснациональная корпорация розничной торговли, одна из крупнейших в мире сетей гипермаркетов. Насчитывает свыше 12 тыс. магазинов, расположенных в Европе, Бразилии, Аргентине, Северной Африке, Азии и работающих под разными марками. В Саудовской Аравии работают более 20 магазинов сети

Адрес: Eastern Ring Branch Road, Ghirnatah, Riyadh

Тел.: +966 12 605 3557

E-mail: carrefourcare@carrefourksa.com

Сайт: www.carrefourksa.com

Импорт

Розничная торговля

Электронная торговля

**Lulu Group
International**



Розничный конгломерат со штаб-квартирой в ОАЭ. Управляет сетью гипер- и супермаркетов Lulu. Ведет деятельность в 23 странах Ближнего Востока, Азии, Европы и в США. Сеть включает 260 розничных магазинов, 34 из которых расположены в Саудовской Аравии

Адрес: Riyadh Avenue Mall, P.O. Box 4330, Riyadh

Тел.: +966 11 402 8877, +966 12 665 6259

E-mail: luluriyad@sa.lulumea.com,
ksa@luluhypermarket.com

Сайт: www.luluhypermarket.com

Импорт

Розничная торговля

Электронная торговля

Tamimi Markets



Крупная торговая сеть. Управляет более 100 торговыми точками и пятью распределительными центрами в Саудовской Аравии

Адрес: Al Rakah Al Janubiyah, P.O. Box 6941, Al Khobar

Тел.: +966 13 813 5100

E-mail: customerservice@tamimimarkets.com

Сайт: www.tamimimarkets.com

Импорт

Розничная торговля

Электронная торговля

Bin Dawood Group



Холдинг со штаб-квартирой в Джидде, управляет сетью супер- и гипермаркетов. Компания основана в 1984 г. В состав холдинга входят две розничные сети — BinDawood и Danube, объединяющие 82 магазина в 16 городах Саудовской Аравии и Бахрейна

Адрес: Al-Madinah Al-Munawarah Road, Al Naeem, Jeddah

Тел.: +966 12 605 3557

E-mail: cs@bindawood.com

Сайт: www.bindawoodholding.com

Импорт

Розничная торговля

Saudi Marketing



Одна из крупнейших компаний в сфере розничной торговли в Саудовской Аравии. Управляет сетью из 90 филиалов и 17 минимаркетов

Адрес: 2742 An Nasriyah, 7570, Dammam
Тел.: +966 13 853 5800
E-mail: info@farm.com.sa
Сайт: www.farm.com.sa

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Al Anud Arabia Trading



Импортер и дистрибьютор широкого перечня продуктов питания и напитков, включая соки

Адрес: 2328 Al Anud, Dammam
Тел.: +966 9200 12925
E-mail: info@anudarabia.com
Сайт: www.anudarabia.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Nahla Al Wadi Trading



Одна из крупнейших оптовых компаний, реализующая продукты питания и напитки на Ближнем Востоке. Сотрудничает с крупнейшими поставщиками продукции со всего мира и имеет одну из наиболее развитых дистрибьюторских сетей на территории Саудовской Аравии

Адрес: Wasel 2579, Al-Anud, Unit 1, Dammam
Тел.: +966 9200 26007
Сайт: www.nahlaalwadi.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Quality Trading Company



Мультибрендовый импортер и дистрибьютор продуктов питания и напитков на рынке Саудовской Аравии. Крупный поставщик продуктов питания и напитков в гостинично-ресторанный сектор и государственные учреждения

Адрес: 7034 An Nahdah Al Islamiyah, 4656, Ar Rawdah, P.O. Box 2390, Jeddah

Тел.: +966 920 010 733

Сайт: www.qtcarabia.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Sunbulat Alhada



Дистрибьютор международных брендов потребительских товаров, продуктов питания и напитков. Основные мощности компании находятся в западном и центральном регионах Саудовской Аравии. Штаб-квартира расположена в Джидде

Адрес: Office 502, 5th Floor, Human Rights Commission Building, Al-Madinah Al-Munawarah Road, Al-Faisalayah, Jeddah

Тел.: +966 12 252 2225, +966 54 399 3996

E-mail: contact@sunbulat.com

Сайт: www.sunbulat.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Электронная торговля

Tamer Group



Один из ведущих игроков на саудовском рынке пищевых, фармацевтических и косметологических товаров. Владелец электронной торговой площадки Mumzworld, на которой продаются товары для детей, товары для дома, продукты питания

Адрес: P.O. Box 180, Jeddah

Тел.: +966 12 644 0099

E-mail: info@tamergroup.com

Сайт: www.tamergroup.com, www.mumzworld.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

HoReCa

**Americana
Restaurants
International**



Один из ведущих мировых операторов ресторанов быстрого питания. Сеть насчитывает свыше 2 тыс. ресторанов и представлена в 12 странах, включая государства Ближнего Востока и Северной Африки, а также Казахстан. В портфеле компании такие бренды, как KFC, Hardees, Pizza Hut, Krispy Kreme, TGI Fridays и др.

Адрес: 302-D01, 11th Floor, Al Sarab Tower, Abu Dhabi Global Market Square, Al Maryah Island, Abu Dhabi, UAE
Тел.: +966 12 644 0099
E-mail: info@americanarestaurants.com
Сайт: www.americanarestaurants.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
<p>Министерство инвестиций (Ministry of Investment)</p>	<p>Адрес: Imam Saud bin Abdulazeez bin Mohamed Road, Nakheel district, Riyadh Тел.: +966 11 506 5777 E-mail: InvestorCare@misa.gov.sa Сайт: www.misa.gov.sa/en</p>
<p>Министерство торговли (Ministry of Commerce)</p>	<p>Адрес: King Abdul Aziz Road, Riyadh E-mail: CS@mc.gov.sa Сайт: www.mc.gov.sa/en</p>
<p>Министерство окружающей среды, водных ресурсов и сельского хозяйства (Ministry of Environment, Water and Agriculture)</p>	<p>Адрес: King AbdulAziz Road, Al Murabba Disrict, Riyadh Тел.: +966 11 417 2000 E-mail: info@mewa.gov.sa Сайт: www.mewa.gov.sa/en</p>
<p>Управление по налогам и таможне (Zakat, Tax and Customs Authority)</p>	<p>Адрес: Al Morouj District, RHGA 9187, Riyadh Тел.: +966 11 420 8417, +966 11 204 8998 E-mail: info@zatca.gov.sa Сайт: www.zatca.gov.sa/en</p>
<p>Управление Саудовской Аравии по контролю пищевых продуктов и лекарственных средств (Saudi Food and Drug Authority)</p>	<p>Адрес: 4904 Northern Ring Branch Road, Hittin District, Riyadh Тел.: +966 11 880 6000, +966 11 203 8222 E-mail: CEC@sfda.gov.sa, ICD@sfda.gov.sa Сайт: www.sfda.gov.sa/en</p>

Контактная информация

Организация	Контактная информация
<p>Организация по стандартизации, метрологии и качеству Саудовской Аравии</p> <p>(Saudi Standards, Metrology and Quality Organization)</p>	<p>Адрес: Imam Saud bin Abdulaziz bin Mohammed Road, Prince Turki bin Abdulaziz I Road (Road intersection), Riyadh Тел.: +966 800 116 0000 E-mail: info@saso.gov.sa Сайт: www.saso.gov.sa/en</p>
<p>Центр «Халаль» при Управлении Саудовской Аравии по контролю пищевых продуктов и лекарственных средств</p> <p>(Saudi Halal Center)</p>	<p>Адрес: P.O. Box 84983, Riyadh E-mail: halal@sfda.gov.sa Сайт: https://halal.sfda.gov.sa</p>
<p>Федерация торгово-промышленных палат Саудовской Аравии</p> <p>(Federation of Saudi Chambers)</p>	<p>Адрес: King Fahad Branch Road, Al-Moatamarat District, Riyadh Тел.: +966 11 218 2222 Сайт: www.fsc.org.sa</p>

Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК



12



Программа льготного кредитования

Предоставление сельхозтоваропроизводителям краткосрочных и инвестиционных кредитов по ставке не более 10%.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Компенсация затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация затрат на транспортировку в размере 25% для всех направлений, а также 50% при осуществлении отгрузок в ряд стран африканского континента, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Правительством Российской Федерации.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Поддержка сертификации продукции АПК на внешних рынках в размере 50% или 90% затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев. Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Минсельхозом России.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

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

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

Компенсация затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и оплату регистрационного сбора при участии в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами России. В течение года возмещаются расходы по не более чем пяти мероприятиям в размере 700 тыс. руб. субъектам малого и среднего предпринимательства и до 2 млн руб. — крупному бизнесу.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях

Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов (включая затраты на таможенное оформление и страхование). Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

Приложение № 1

GSO 1820:2021 «Общий стандарт на фруктовые соки, морсы и нектары» (неофициальный перевод основных положений)

3.2.(с) Фруктовый сок — это несброженная, но способная к брожению жидкость, полученная из съедобной части доброкачественных, спелых, свежих фруктов или фруктов, поддерживаемых в неповрежденном состоянии при помощи соответствующих обработок, включая различные виды послеуборочной поверхностной обработки.

Соки могут быть произведены из фруктов с косточками, семенами и кожицей, которые обычно не содержатся в соке, однако для некоторых соков допускается наличие частиц или составных элементов косточек, семян и кожицы, которые не могут быть удалены в соответствии с надлежащей производственной практикой.

Соки изготавливают с помощью технологий, позволяющих сохранить основные физические, химические, органолептические и пищевые характеристики фруктов, из которых они произведены. Сок может быть осветленным или неосветленным, содержать восстановленные ароматические вещества и летучие вкусовые компоненты, при этом все они должны быть получены соответствующими физическими способами из аналогичного вида фруктов. Могут быть добавлены мякоть и клетки, полученные соответствующими физическими способами из того же вида фруктов.

Простой сок получают из одного вида фруктов. Смешанный сок получают путем смешивания двух или более соков либо сока и пюре из разных видов фруктов.

Фруктовый сок получают следующим образом:

3.2.1. Фруктовый сок прямого отжима получают непосредственно в процессе отжима сока механическим путем.

3.2.2. Фруктовый сок из концентратов получают путем смешивания концентрированного фруктового сока, соответствующего описанию, приведенному в пункте 3.3.1, с водой, отвечающей критериям, изложенным в стандарте стран Персидского залива [GSO 149](#) «Небутилированная питьевая вода».

3.3.1. Концентрированный фруктовый сок

Концентрированный фруктовый сок — это продукт, который соответствует определению, приведенному в пункте 3.2.1, за исключением того, что из него физическим способом была удалена вода в количестве, достаточном, чтобы повысить число Брикса до значения, как минимум на 50% превышающего указанное в Приложении 1.1 число Брикса для восстановленного сока из того же вида фруктов.

Как описано в Приложении 1.1, при производстве концентрированного сока применяют соответствующие технологические процессы, которые могут сочетаться с одновременной диффузией клеток мякоти или фруктовой мякоти при помощи воды, при условии, что продукт экстракции добавляется в исходный сок до концентрирования внутри одного поточного технологического процесса.

Концентраты фруктового сока могут содержать восстановленные ароматические вещества и летучие вкусовые компоненты, при этом все они должны быть получены соответствующими физическими способами и восстановлены из аналогичного вида фруктов. Могут быть добавлены мякоть и клетки, полученные соответствующими физическими способами из того же вида фруктов.

3.3.2. Экстрагированный водой фруктовый сок

Экстрагированный водой фруктовый сок — это продукт, полученный путем диффузии с водой:

- сочных целых фруктов, сок которых не может быть извлечен какими-либо физическими способами;
- обезвоженных целых фруктов.

Такая продукция может быть подвергнута процессу концентрирования и восстановления.

Содержание сухих веществ в готовом продукте имеет минимальное значение числа Брикса для восстановленного сока, приведенного в Приложении 1.1.

3.3.3. Фруктовое пюре, используемое для изготовления фруктовых соков и нектаров

Фруктовое пюре — это несброженный, но способный к брожению продукт, полученный с помощью соответствующих процессов, таких как очистка, дробление и перетирание съедобных частей целых или очищенных фруктов без удаления сока.

Фрукты должны быть качественными, спелыми и свежими либо законсервированными при помощи физических способов или надлежащей обработки, при этом фруктовое пюре может содержать восстановленные ароматические вещества и летучие вкусовые компоненты, и все они должны быть получены соответствующими физическими способами из аналогичного вида фруктов. Могут быть добавлены мякоть и клетки, полученные соответствующими физическими способами из того же вида фруктов.

3.3.4. Концентрированное фруктовое пюре, используемое для изготовления фруктовых соков и нектаров

Концентрированное фруктовое пюре, используемое для изготовления фруктовых соков и нектаров, получают путем физического удаления из фруктового пюре воды в количестве, достаточном, чтобы повысить число Брикса до значения, как минимум на 50% превышающего указанное в Приложении 1.1 число Брикса для восстановленного сока из того же вида фруктов. Концентрированное фруктовое пюре может содержать восстановленные ароматические вещества и летучие вкусовые компоненты, при этом все они должны быть получены соответствующими физическими способами и восстановлены из аналогичного вида фруктов.

3.3.5. Фруктовый нектар

Фруктовый нектар — это несброженный, но способный к брожению продукт, полученный в результате добавления воды, с добавлением или без добавления сахара, меда и/или сиропа и/или пищевых подсластителей, приведенных в стандарте стран Персидского залива. Могут быть добавлены ароматические вещества, летучие вкусовые компоненты, мякоть и клетки, при этом все они должны быть восстановлены из того же вида фруктов и получены соответствующими физическими способами.

Продукт должен удовлетворять требованиям, установленным для фруктовых нектаров в Приложении 1.1. Смешанный фруктовый нектар получают путем соединения двух или более разных видов фруктов.

3.3.6. Фруктовый напиток

Фруктовый сок — это несброженный продукт, предназначенный для непосредственного употребления, полученный путем смешивания фруктового сока или нектара (концентрированного или неконцентрированного) и/или съедобных частей спелых (неповрежденных) фруктов с водой, натуральными подсластителями и добавками и консервированный одним из соответствующих методов консервирования.

3.3.7. Молочный или молочно-фруктовый напиток

Молочный или молочно-фруктовый напиток — это напиток, приготовленный путем смешивания определенного количества фруктового сока или концентрата фруктового сока с молочными продуктами (молоко, йогурт, сливки или мороженое) с добавлением сахара и других разрешенных добавок.

3.3.8. Свежевыжатый фруктовый сок

Свежевыжатый фруктовый сок — это несброженный, но способный к брожению продукт, предназначенный для непосредственного употребления и получаемый путем в процессе отжима сока механическим путем из одного или нескольких доброкачественных, спелых, свежих фруктов, продукт хранится непосредственно в холодильнике и при этом не используется никакой другой способ консервации.

3.3.9. Концентрированный фруктовый сироп или концентрированный фруктовый сироп из тыквы (сквош или кордиал)

Концентрированный фруктовый сироп — это концентрированный сироп, используемый при приготовлении напитков путем разбавления водой, который состоит из концентрированного фруктового сока, воды и сахара в соотношении, указанном в [GSO CODEX STAN 212](#) «Сахара», и может содержать пищевые добавки (включая подсластители и ароматизаторы), перечисленные в [GSO 995](#) «Подсластители, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов», [GSO 2500](#) «Добавки, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов» и [GSO 707](#) «Ароматизаторы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов» и экстракты трав (сквош или кордиал).

4. Виды фруктовых соков и нектаров

4.1. Для изготовления фруктовых соков, фруктовых пюре и фруктовых нектаров, в товарном наименовании которых присутствует название соответствующих фруктов, используются виды, ботанические названия которых приведены в Приложении 1.1. Для видов фруктов, не включенных в Приложение 1.1, применяется правильное ботаническое или общепринятое название.

5. Основные ингредиенты и показатели качества фруктовых соков и нектаров

5.1. Состав

5.1.1. Основные ингредиенты

- а)** Для фруктовых соков прямого отжима число Брикса должно соответствовать числу Брикса для фруктов, а содержание растворимых сухих веществ сока одинарной крепости не должно меняться, за исключением случаев смешивания с соком из фруктов того же вида.
- б)** При производстве восстановленного фруктового сока из концентрированного сока контролируют минимальное число Брикса, значение которого регламентировано в Приложении 1.1, не считая сухих веществ любых дополнительных ингредиентов и добавок. Если число Брикса в Приложении 1.1 не указано, минимальное число Брикса вычисляется на основании определения содержания растворимых сухих веществ сока одинарной крепости, используемого для получения данного концентрированного сока.
- в)** Для восстановленного сока и нектара питьевая вода, используемая в процессе восстановления, должна соответствовать последней редакции стандарта стран Персидского залива [GSO 149](#) «Небутилированная питьевая вода».

5.1.2. Другие разрешенные ингредиенты

Если не оговорено иное, требования в отношении маркировки, содержащиеся в стандарте [стран Персидского залива GSO 2365:2014 «Рекомендации по использованию ароматизаторов в пищевых продуктах»](#), распространяются на следующие параметры:

- а)** Сахара с влажностью менее 2%, определяемые в стандарте GSO CODEX STAN 212 «Сахара» (сахароза, белый сахар, декстроза безводная, глюкоза, фруктоза) могут быть добавлены ко всем продуктам, перечисленным в пунктах с 3.2.2 по 3.3.5. Ингредиенты, перечисленные в подпунктах а) и в) пункта 5.1.2, допускается добавлять только в продукцию, предназначенную для продажи потребителю или для предприятий общественного питания. Содержание сахара и/или меда должно составлять до 20% от общего объема готовой продукции.
- б)** Запрещается добавлять сахар во фруктовые соки, описанные в пункте 3.2.1, как в процессе производства, так и в само сырье.
- в)** Сиропы: жидкая сахароза, раствор инвертного сахара, инвертный сахарный сироп, фруктозный сироп, жидкий тростниковый сахар, изоглюкоза и сироп с высоким содержанием фруктозы могут быть добавлены только к фруктовому соку из концентрата, определяемому в пункте 3.2.2; концентрированному фруктовому соку, определяемому в пункте 3.3.2; концентрированному фруктовому пюре, определяемому в пункте 3.3.4; фруктовому нектару, определяемому в пункте 3.3.5. Мед и/или сахар, полученные из фруктов, могут быть добавлены только к фруктовым нектарам, определяемым в пункте 3.3.5, при этом содержание сахара и/или меда должно составлять до 20% от общего объема готовой продукции.
- г)** В соответствии со стандартами стран Персидского залива сок лимона или лайма либо оба этих сока могут быть добавлены к фруктовому соку в количестве до 3 г/л в пересчете на безводную лимонную кислоту в целях подкисления неподслащенных соков, определяемых в пунктах 3.3.1, 3.3.2, 3.3.3 и 3.3.4. Сок лимона или лайма либо оба этих сока в количестве до 5 г/л в пересчете на безводную лимонную кислоту могут быть добавлены к фруктовым нектарам, определяемым в пункте 3.3.5.
- д)** Добавление к одному и тому же фруктовому соку сахаров, указанных в подпунктах а) и в), и подкислителей запрещено.
- е)** В соответствии со стандартами стран Персидского залива сок, полученный из плодов мандарина и/или гибридов с мандарином, может быть добавлен к апельсиновому соку в таком количестве, чтобы содержание растворимых сухих веществ плодов мандарина не превышало 10% от общего количества растворимых сухих веществ апельсинового сока.

- ж) К томатному соку могут быть добавлены соль, специи и ароматические травы (и их натуральные экстракты).
- з) С целью повышения пищевой ценности к продуктам, перечисленным в разделе 3, могут быть добавлены необходимые питательные вещества (например, витамины, минералы). Такие добавки должны соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 2539:2024](#) «Витамины и минералы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

5.2. Критерии качества

Фруктовые соки и фруктовые нектары должны иметь характерный цвет, аромат и вкус тех фруктов, из которых они изготовлены.

5.3. Аутентичность (характеристики сорта)

Аутентичность — сохранение основных физических, химических, органолептических и пищевых характеристик фруктов, из которых изготовлен продукт.

6. Требования

6.1. Требования к свежему (непастеризованному) фруктовому соку

6.1.1. Вода, используемая на различных этапах производства, должна быть пригодной для питья и соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 149](#) «Небутилированная питьевая вода».

6.1.2. Сок должен быть натуральным и сохранять органолептические свойства, характерные для фруктов, из которых он изготовлен.

6.1.3. В соке не должно быть посторонних отложений, запахов плесени и брожения, насекомых, их частей и выделений, посторонних и других загрязняющих веществ.

6.1.4. Минимальное содержание растворенных сухих веществ в соке по типу фруктов, рассчитываемое как число Брикса, не должно быть меньше, чем указано в Приложении 1.2, за исключением случаев смешивания более одного вида соков, в таком случае число Брикса рассчитывается на основе соотношений компонентов из каждого фрукта.

6.1.5. Сок не должен содержать добавок для улучшения цвета, вкуса, запаха или текстуры.

6.1.6. Сок не должен содержать консервантов, красителей и ароматизаторов.

6.1.7. В свежавыжатый фруктовый сок запрещается добавлять подсластители.

6.1.8. Запрещается смешивать свежавыжатый сок с другими соками и их концентратами, консервированными обработанными нектарами или любым другим источником сока, кроме экстракта свежих фруктов.

6.1.9. В соке допускается наличие части мякоти, тканей и фруктового пюре, полученных в процессе механического отжима из фруктов того же вида.

6.1.10. Добавление сахара в свежавыжатый фруктовый сок не допускается.

6.2. Требования к фруктовым напиткам

6.2.1. Все используемое сырье должно отвечать техническим требованиям стандартов стран Персидского залива.

6.2.2. Вода, используемая для разбавления концентрированного сока, должна быть пригодной для питья и соответствовать требованиям стандарта стран Персидского залива [GSO 149:2021](#).

6.2.3. Продукт должен иметь характерный для него цвет и вкус.

6.2.4. Продукт не должен содержать посторонних веществ, иметь посторонних привкусов и запахов.

6.2.5. Содержание фруктов в продукте или его эквиваленте, полученном из концентрированных фруктов, должно составлять не менее 10% от общего объема.

6.2.6. Разрешается использовать добавки, ароматизаторы и подсластители, соответствующие стандартам стран Персидского залива [GSO 995](#) «Подсластители, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов», [GSO 2500](#) «Добавки, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов» и [GSO 707](#) «Ароматизаторы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

6.2.7. В продукцию разрешается добавлять сахар.

6.2.8. Допускается добавление растительных и травяных экстрактов, растительных вытяжек.

6.3. Требования к молочным или молочно-фруктовым напиткам

6.3.1. Ингредиенты, используемые при изготовлении молочных или молочно-фруктовых напитков, должны соответствовать стандартам стран Персидского залива.

6.3.2. Используемые молочные продукты должны быть сырыми либо приготовленными из концентрированного или сухого молока (цельного, нежирного, обезжиренного с использованием молочного жира (сливочного масла или сливок) или любого другого источника молочного жира) или йогурта (цельного, нежирного, обезжиренного или сливок).

6.3.3. Консистенция продукта должна быть однородной.

6.3.4. Содержание фруктов в конечном продукте должно составлять не менее 10%.

6.3.5. Продукт подвергается термической обработке, эквивалентной пастеризации или стерилизации, в зависимости от типа продукта.

6.3.6. Добавление сахара в продукт допускается.

6.4. Требования к концентрированному фруктовому сиропу (сквош или кордиал)

6.4.1. Все используемое сырье должно соответствовать требованиям стандартов стран Персидского залива.

6.4.2. Используемая вода должна быть пригодной для питья и соответствовать требованиям стандарта стран Персидского залива [GSO 149](#) «Небутилированная питьевая вода».

6.4.3. Продукт должен иметь характерный для него цвет и вкус.

6.4.4. Продукт не должен содержать посторонних веществ, иметь посторонних привкусов и запахов.

6.4.5. Состав продукта перед разбавлением должен соответствовать следующим требованиям:

6.4.5.1. Содержание фруктов в продукте должно составлять не менее 25%.

6.4.5.2. Содержание растворимых сухих веществ в продукте должно составлять не менее 40% (от общего объема), за исключением концентрированного фруктового сиропа, подслащенного подсластителями, приведенными в стандарте [GSO 995](#) «Подсластители, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

6.4.6. Разрешается применять добавки, ароматизаторы и подсластители, соответствующие стандартам стран Персидского залива [GSO 995](#) «Подсластители, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов», [GSO 2500](#) «Добавки, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов» и [GSO 707](#) «Ароматизаторы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

6.4.7. Допускается добавление в продукт сахаров, упомянутых в стандарте [GSO CODEX STAN 212](#) «Сахара».

7. Добавки

7.1. Добавки и ароматизаторы должны соответствовать стандартам стран Персидского залива [GSO 2500](#) «Добавки, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов» и [GSO 707](#) «Ароматизаторы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

7.2. В молочные или молочно-фруктовые напитки рекомендуется добавлять следующие витамины в минимальных указанных пропорциях:

- витамин А — 2000 МЕ/л;
- витамин D — 400 МЕ/л.

7.3. При добавлении витаминов и минералов они должны соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 2539:2024](#) «Витамины и минералы, разрешенные для применения при производстве пищевых продуктов».

8. Технологические добавки для производства фруктовых соков и нектаров

Максимально допустимый уровень в соответствии с надлежащей производственной практикой

Назначение	Вещество
Пеногаситель	Полидиметилсилоксан ⁵
Осветлители Фильтровальные средства Осаждающие вещества	Адсорбирующие глины (отбельная)
	Адсорбирующие смолы
	Активированный уголь (только растительного происхождения)
	Бентонит
	Гидроксид кальция ⁶
	Целлюлоза
	Хитозан
	Коллоидный кварц
	Диатомит
	Желатин (из коллагена кожи — из халяльного источника)
	Ионообменные смолы (катионные и анионные)

⁵ Максимально допустимый уровень остатков данного соединения в конечном продукте составляет 10 мг/л.

Назначение	Вещество
Осветлители Фильтровальные средства Осаждающие вещества	Каолин
	Перлит
	Поливинилполипирролидон
	Тартрат калия ⁶
	Осажденный карбонат кальция ⁶
	Рисовая шелуха
	Силикатный золь
	Диоксид серы ^{6,7}
	Танин
Ферментные препараты ⁸	Пектиназы (для расщепления пектина)
	Протеиназы (для расщепления белков)
	Амилазы (для расщепления крахмала)
	Целлюлазы (для ограниченного применения с целью облегчения разрушения клеточных стенок)
Упаковочный газ ⁹	Азот
	Диоксид углерода

9. Общие требования

9.1. Приготовление продуктов, указанных в настоящем стандарте, и обращение с ними должны осуществляться в соответствии со стандартом стран Персидского залива [GSO 21](#) «Санитарные условия на предприятиях пищевой промышленности и для их работников».

9.2. Остаточное содержание пестицидов должно соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 382](#) «Максимальные уровни остатков пестицидов в сельскохозяйственной и пищевой продукции».

⁶ Только в виноградном соке.

⁷ 10 мг/л (как остаточный SO₂).

⁸ Ферментные препараты могут использоваться в качестве технологических добавок при условии, что их использование не приведет к полному разжижению и существенно не изменит содержание целлюлозы в обработанных фруктах.

⁹ Может также применяться, например, для консервирования.

9.3. Максимальные уровни остатков загрязняющих веществ должно соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 193](#) «Загрязняющие вещества и токсины в пищевых продуктах и кормах».

9.4. Микробиологические нормы должны соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 1016](#) «Микробиологические критерии для товаров и пищевых продуктов».

9.5. Содержание этанола должно соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 2538](#) «Предельные значения содержания этилового спирта (этанола) в пищевых продуктах».

9.6. Показатели радиации должны соответствовать стандарту стран Персидского залива [GSO 193](#) «Загрязняющие вещества и токсины в пищевых продуктах и кормах».

10. Упаковка, транспортировка и хранение

10.2. Транспортировка

Транспортировка должна осуществляться таким образом, чтобы обеспечить защиту продукции от механических повреждений и загрязнения.

10.3. Хранение

Продукт следует хранить в хорошо проветриваемых помещениях вдали от источников тепла, влаги и загрязнений.

Приложение 1.1

Минимальное число Брикса для восстановленного сока и восстановленного пюре и минимальное содержание сока и/или пюре во фруктовых нектарах при температуре 20 °C

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Actinidia deliciosa</i> <i>Liang & Ferguson</i>	Киви	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Anacardium occidentale</i>	Яблоко кешью	11,5	25,0

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Ananas comosus</i> Merrill <i>Ananas sativus</i>	Ананас	12,8 ¹⁶ Общепризнанно, что в разных странах число Брикса может естественным образом отличаться от приведенного здесь значения. В случаях, когда число Брикса постоянно ниже приведенного здесь значения, поставки восстановленного сока с более низким значением числа Брикса из этих стран, участвующих в международной торговле, разрешены при условии, что сок прошел проверку аутентичности, описанную в пункте 5.3, и число Брикса находится на отметке не ниже 10°Brix для ананасового и яблочного сока	40,0
<i>Annona muricata</i>	Сметанное яблоко	14,5	25,0
<i>Annona squamosa</i>	Сахарное яблоко	14,5	25,0
<i>Averrhoa carambola</i>	Звездный фрукт (карамбола)	7,5	25,0
<i>Carica papaya</i>	Папайя		25,0
<i>Chrysophyllum cainito</i>	Звездчатое яблоко	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Citrullus lanatus</i> Matsum. & Nakai Lanatus	Арбуз		40,0
<i>Citrus aurantifolia</i>	Лайм	8,0 ¹⁴	В соответствии с законодательством страны-импортера
<i>Citrus aurantium</i>	Горький апельсин	(*) ¹³	50,0
<i>Citrus limon</i> <i>Citrus limonum</i> Rissa	Лимон	8,0 ¹⁴	В соответствии с законодательством страны-импортера
<i>Citrus paradisi</i> Macfad	Грейпфрут	10 ¹⁴	50,0

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Citrus paradisi</i>	Помело	10,0	50,0
<i>Citrus reticulata Blanca</i>	Мандарин	11,8 ¹⁴	50,0
<i>Citrus sinensis</i>	Апельсин	11,2–11,8 ¹⁴ В соответствии с положениями национального законодательства страны-импортера, но не ниже чем 11,2. Общепризнанно, что в разных странах число Брикса может естественным образом отличаться от приведенного здесь значения. В случаях, когда число Брикса постоянно ниже приведенного здесь значения, поставки восстановленного сока с более низким значением числа Брикса из этих стран, участвующих в международной торговле, разрешены при условии, что сок прошел проверку аутентичности, описанную в пункте 5.3, и число Брикса находится на отметке не ниже 10°Brix	50,0
<i>Cocos nucifera</i> ¹⁵	Кокос	5,0	25,0
<i>Cucumis melo</i>	Дыня	8,0	35,0
<i>Cucumis melo melo var. inodorus</i>	Кассаба, зимняя дыня	7,5	25,0
<i>Cucumis melo melo var. inodorus</i>	Белая мускатная дыня, зимняя дыня	10,0	25,0
<i>Cydonia oblonga</i>	Айва	11,2	25,0
<i>Diospyros khaki</i>	Хурма	(*) ¹³	40,0
<i>Empetrum nigrum L.</i>	Шикша черная	6,0	25,0
<i>Eriobotrya japonica</i>	Локва	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Eugenia syriaca</i>	Дикая гуава	(*) ¹³	(*) ¹³

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Eugenia uniflora</i>	Суринамская вишня	6,0	25,0
<i>Ficus carica</i>	Инжир	18,0	25,0
<i>Fortunella Swingle</i>	Кумкват	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Fragaria ananassa</i>	Клубника	7,5	40,0
<i>Genipa americana</i>	Генипа американская	17,0	25,0
<i>Hippophae elaeagnaceae</i>	Облепиха	(*) ¹³	25,0
<i>Hippophae rhamnoides</i>	Облепиха крушиновидная	6,0	25,0
<i>Litchi chinensis</i>	Личи	11,2	20,0
<i>Lycopersicum esculentum</i>	Помидор	5,0	50,0
<i>Malpighia</i>	Западно-индийская вишня	6,5	25,0
<i>Malus domestica</i>	Яблоко	11,5 Общепризнанно, что в разных странах число Брикса может естественным образом отличаться от приведенного здесь значения. В случаях, когда число Брикса постоянно ниже приведенного здесь значения, поставки восстановленного сока с более низким значением числа Брикса из этих стран, участвующих в международной торговле, разрешены при условии, что сок прошел проверку аутентичности, описанную в пункте 5.3, и число Брикса находится на отметке не ниже 10°Brix	50,0
<i>Malus prunifolia</i>	Яблоко-кислица	15,4	25,0
<i>Mammea americana</i>	Американский абрикос	(*) ¹³	(*) ¹³

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Mangifera indica</i>	Манго	13,5	25,0
<i>Morus</i>	Тутовая ягода	(*) ¹³	30,0
Виды <i>Musa</i> (включая <i>M. acuminata</i> и <i>M. paradisiaca</i> , но исключая прочие виды бананов)	Банан	(*) ¹³	25,0
<i>Passiflora edulis</i>	Желтая маракуйя	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Passiflora edulis edulis Passiflora</i>	Маракуйя	12 ¹⁴	25,0
<i>Passiflora quadrangularis</i>	Маракуйя гигантская	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Phoenix dactylifera L.</i>	Финик	18,5	25,0
<i>Pouteria sapota</i>	Мармеладный плод	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Prunus armeniaca L.</i>	Абрикос	11,5	40,0
<i>Prunus avium L.</i>	Черешня	20,0	25,0
<i>Prunus cerasus L.</i>	Вишня обыкновенная	14,0	25,0
<i>Prunus cerasus L. Stevnsbaer</i>	Вишня	17,0	25,0
<i>Prunus persica L.</i>	Слива	12,0	50,0
<i>Prunus persica L.</i>	Чернослив, или сушеная слива	18,0	25,0
<i>Prunus persica L.</i>	Слива	12,0	25,0
<i>Prunus persica L.</i>	Нектарин	10,5	40,0
<i>Prunus persica L.</i>	Персик	10,5	40,0

Приложение № 1

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Prunus spinosa L.</i>	Терн	6,0	25,0
<i>Psidium guajava L.</i>	Гуава	8,5	25,0
<i>Punica granatum</i>	Гранат	12,0	25,0
<i>Pyrus arbustifolia</i>	Арония	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Pyrus communis</i>	Груша	12,0	40,0
<i>Ribes nigrum</i>	Черная смородина	11,0	30,0
<i>Ribes rubrum</i>	Красная смородина	10,0	30,0
<i>Ribes rubrum</i>	Белая смородина	10,0	30,0
<i>Ribes uva-crispa</i>	Красный крыжовник	(*) ¹³	30,0
<i>Ribes uva-crispa</i>	Крыжовник	7,5	30,0
<i>Ribes uva-crispa</i>	Белый крыжовник	(*) ¹³	30,0
<i>Rosa canina</i>	Шиповник собачий	(*) ¹³	40,0
<i>Rosa sp. L.</i>	Плоды шиповника	9,0	40,0
<i>Rubus chatae-morus</i>	Морошка	9,0	30,0
<i>Rubus chatae-morus</i> <i>Morus hybrid</i>	Тутовая ягода	(*) ¹³	40,0
<i>Rubus fruitcosus</i>	Ежевика	9,0	30,0
<i>Rubus hispidus</i> (в Северной Америке) <i>Rubus caesius</i> (в Европе)	Ежевика сизая	10,0	25,0

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Rubus idaeus</i> <i>Rubus strigosus</i>	Малина	8,0	40,0
<i>Rubus loganobaccus</i>	Логанова ягода	10,5	25,0
<i>Rubus occidentalis</i>	Малина ежевичкообразная	11,1	25,0
<i>Rubus ursinus</i>	Бойзенова ягода	10,0	25,0
<i>Rubus vitifolius</i> <i>Rubus idaeus</i> <i>Rubus baileyanus</i>	Гибрид черной смородины и ежевики	10,0	25,0
<i>Sambucus nigra</i> <i>Sambucus canadensis</i>	Бузина	10,5	50,0
<i>Solanum quitoense</i>	Луло	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Sorbus aucuparia</i>	Рябина	11,0	30,0
<i>Sorbus domestica</i>	Рябина садовая	(*) ¹³	30,0
<i>Spondia lutea</i>	Кариока	10,0	25,0
<i>Spondias tuberosa</i>	Умбу	9,0	25,0
<i>Syzygiun jambosa</i>	Розовое яблоко	(*) ¹³	(*) ¹³
<i>Tamarindus indica</i>	Индийский финик (тамаринд)	13,0	Достаточная для достижения минимальной кислотности 0,5
<i>Theobroma cacao</i>	Мякоть плодов какао	14,0	50,0
<i>Theobroma grandiflorum</i>	Купуасу	9,0	35,0
<i>Vaccinium macrocarpon</i> <i>Vaccinium oxycoccos</i>	Клюква	7,5	30,0

Ботаническое название	Общепринятое название фрукта	Минимальное число Брикса для восстановленных фруктовых соков и восстановленного пюре	Минимальная объемная доля сока и/или пюре во фруктовых нектарах, %
<i>Vaccinium myrtillus</i> <i>Vaccinium corymbosum</i> <i>Vaccinium angustifolium</i>	Плоды черники	10,0	40,0
<i>Vaccinium vitis-idaea</i>	Брусника	10,0	25,0
<i>Vitis Vinifera</i> или его гибриды	Виноград	16,0	50,0
<i>Vitis Labrusca</i> или его гибриды			
	Другие фрукты с высокой кислотностью		Достаточная для достижения минимальной кислотности 0,5
	Другие фрукты с высоким содержанием мякоти или интенсивным ароматом		25,0
	Другие фрукты с низкой кислотностью, низким содержанием мякоти и низким или средним ароматом		50,0

¹³ В настоящее время нет данных. Минимальное значение числа Брикса восстановленного сока должно соответствовать значению для фруктов, из которых был получен концентрат.

¹⁴ Значение, поправленное в результате определения суммы титруемых кислот методом, приведенным в разделе о методах анализа.

¹⁵ Этот продукт — "кокосовое молоко", которое извлекают непосредственно из кокосового ореха без отжимания кокосовой мякоти.

Приложение 1.2

Значения числа Брикса для производства свежих фруктовых соков (непастеризованных)

№	Общепринятое название фрукта	Минимальные значения числа Брикса, % Brix
1	Лимон	8,0
2	Грейпфрут	10,0
3	Помело	10,0
4	Мандарин	11,8
5	Апельсин	11,2–11,8
6	Кокос	5,0
7	Дыня	8,0
8	Кассаба, зимняя дыня	7,5
9	Белая мускатная дыня	10,0
10	Айва	11,2
11	Американский абрикос	11,5
12	Ананас	12,8
13	Сахарное яблоко	14,5
14	Арбуз	8,0
15	Суринамская вишня	6,0
16	Инжир	18,0
17	Клубника	7,5
18	Личи	11,2
19	Помидор	5,0
20	Яблоко	11,5
21	Манго	13,5
22	Финик	18,5

Приложение № 1

№	Общепринятое название фрукта	Минимальные значения числа Брикса, % Brix
23	Абрикос	11,5
24	Черешня	20,0
25	Вишня обыкновенная	14,0
26	Слива	10,5
27	Нектарин	10,5
28	Персик	10,5
29	Гуава	8,5
30	Гранат	12,0
31	Груша	12,0
32	Черная смородина	11,0
33	Красная смородина	10,0
34	Белая смородина	10,0
35	Ежевика	9,0
36	Малина	8,0
37	Клюква	7,5
38	Виноград	16,0
39	Мякоть плодов какао	11,5

Примечание. Любой другой фрукт, не указанный в списке, имеет ту же концентрацию по шкале Брикс, что и фрукт, который использовался при производстве сока.

Приложение № 2

GSO 2577:2021 «Маркировка фруктовых соков, нектаров и фруктовых напитков» (неофициальный перевод некоторых положений)

Наименование продукта должно соответствовать названиям использованных для его изготовления фруктов, согласно разделу 4 «Виды». Название фрукта указывается на месте пробела в наименованиях продуктов, приведенных в настоящем разделе. Эти наименования могут быть использованы только в том случае, если продукт соответствует описанию, приведенному в разделе 3, или иным образом соответствует настоящему стандарту.

3.3.2. Фруктовый сок, соответствующий описанию, приведенному в пункте 3.2(1)

Наименование продукта: «_____ сок».

3.3.3. Концентрированный фруктовый сок, соответствующий описанию, приведенному в пункте 3.3.1

Наименование продукта: «концентрированный _____ сок» или «концентрат _____ сока».

3.3.4. Экстрагированный водой фруктовый сок, соответствующий описанию, приведенному в пункте 3.3.1

Наименование продукта: «экстрагированный водой _____ сок» или «экстрагированный водой сок из _____».

3.4.2. Фруктовое пюре, соответствующее описанию, приведенному в GSO 2577:2021

Наименование продукта: «_____ пюре» или «пюре из _____».

3.4.3. Концентрированное фруктовое пюре, соответствующее описанию, приведенному в GSO 2577:2021

Наименование продукта: «концентрированное _____ пюре» или «пюре _____ концентрированное».

3.4.4. Фруктовый нектар, соответствующий описанию, приведенному в GSO 2577:2021

Наименование продукта: «_____ нектар».

3.4.5. Если фруктовые соки изготовлены из двух или более видов фруктов, наименование продукта должно включать наименования фруктовых соков, включенных в смесь, в порядке убывания их массовой доли либо фразы «смесь из фруктовых соков», «микс из фруктовых соков», «смешанный фруктовый сок» или другие аналогичные.

3.4.6. Для фруктовых соков, фруктовых нектаров и смешанных фруктовых соков/нектаров, если продукт содержит концентрированный сок и воду или был изготовлен из них, или продукт сделан из сока, который в свою очередь был изготовлен из концентрата и выжатого сока или нектара, слова «из концентрата» или «восстановленный» должны быть включены в наименование продукта или находиться в непосредственной близости от него, быть хорошо заметны на любом фоне и быть написаны четкими, хорошо различимыми буквами размером не менее 1/2 высоты букв в наименовании сока.

3.4.7. На упаковке фруктовых соков запрещается указывать фразу «без добавления сахара», поскольку добавление сахара в эти продукты запрещено.

3.4.8. Дополнительные требования

Применяются следующие дополнительные специальные положения:

3.4.9. В маркировке фруктовых соков, фруктовых нектаров, фруктового пюре и смешанных фруктовых соков/нектаров/пюре, если продукт изготовлен путем физического удаления воды из фруктового сока в количестве, достаточном, чтобы увеличить число Брикса до значения, как минимум на 50% превышающего значение, указанное для восстановленного сока из тех же фруктов в Приложении 1 к закону GSO 1820:2021, должна содержаться пометка «концентрированный».

3.4.10. В маркировке продукции, в которую добавлены в качестве дополнительных ингредиентов один или несколько сахаров либо сиропов, должна содержаться пометка «с добавлением сахара», расположенная после наименования фруктового сока или смешанного фруктового сока. Когда в качестве замены сахара во фруктовых нектарах и смешанных фруктовых нектарах используются пищевые подсластители, в наименовании продукта или в непосредственной близости от него должна быть сделана пометка «с подсластителем».

3.4.11. Если концентрированный фруктовый сок, концентрированное фруктовое пюре, концентрированный фруктовый нектар или смешанный концентрированный фруктовый сок/нектар/пюре должны пройти процесс восстановления перед употреблением в качестве фруктового сока, фруктового пюре, фруктового нектара или смешанного фруктового сока/нектара/пюре, маркировка должна содержать соответствующие указания по восстановлению путем смешивания продукта с водой (объемное соотношение) до установления приемлемого числа Брикса для восстановленного сока, указанного в Приложении 1 к закону GSO 1820:2021.

3.4.12. На этикетке вместе с общепринятыми названиями фруктов могут указываться отличительные сортовые наименования при условии, что это не вводит потребителя в заблуждение.

3.4.13. На этикетке фруктовых нектаров и смешанных фруктовых нектаров должна размещаться хорошо различимая пометка «Содержание сока ___%», где вместо пробела указывается процентное объемное содержание пюре и/или фруктового сока. Слова «Содержание сока ___%» должны находиться в непосредственной близости от наименования продукта и быть написаны четкими, хорошо различимыми буквами размером не менее 1/2 высоты букв в наименовании сока.

3.4.14. Указание в списке ингредиентов аскорбиновой кислоты, используемой в качестве антиокислителя, не означает присутствия витамина С.

3.4.15. Любые сведения о добавленных необходимых питательных веществах указываются в соответствии с положениями стандартов стран Персидского залива [GSO 2233:2021](#) «Требования к указанию питательной ценности на этикетке» и [GSO 2333:2022](#) «Требования к заявлениям о пользе для здоровья и питательной ценности на пищевых продуктах».

Для фруктовых нектаров, в которые были добавлены пищевые подсластители, чтобы полностью или частично заменить добавленный сахар либо другой сахар или сироп, включая мед и/или сахар, полученный из фруктов, любые сведения о содержании питательных веществ, связанные с уменьшением количества сахара, должны указываться в соответствии с положениями стандартов стран Персидского залива [GSO 2233:2021](#) «Требования к указанию питательной ценности на этикетке» и [GSO 2333:2022](#) «Требования к заявлениям о пользе для здоровья и питательной ценности на пищевых продуктах».

3.4.16. Иллюстрация на этикетке, изображающая фрукты, не должна вводить потребителя в заблуждение относительно этих фруктов.

3.4.17. В случае добавления в продукт диоксида углерода на этикетке рядом с наименованием продукта размещается пометка «газированный».

3.4.18. Если томатный сок содержит специи и/или ароматические травы, на этикетке рядом с наименованием продукта размещается пометка «со специями» и/или общепринятое название ароматической травы.

3.4.19. Мякоть и клетки фруктов, добавленные в сок сверх естественной нормы, указываются в списке ингредиентов. Ароматические вещества, летучие вкусовые компоненты, мякоть и клетки фруктов, добавленные в нектар сверх естественной нормы, указываются в списке ингредиентов.

3.5. Свежевыжатый фруктовый сок (непастеризованный)

3.5.1. Название продукта и его тип: «сок (название фрукта — свежевыжатый)».

3.5.2. Срок годности должен составлять не более трех дней в условиях хранения от 0 до 5 °С.

3.6. Фруктовый напиток

3.6.1. Название продукта: «сироп из (вид фрукта)».

3.6.2. Указывается процентное соотношение фруктов.

3.6.3. Фраза «фруктовый напиток, приготовленный из концентрата» указывается в том случае, если продукт изготовлен из полностью или частично концентрированного сока.

3.6.4. Слово «газированный» указывается, если продукт содержит более 2 г/кг диоксида углерода.

3.6.5. При добавлении подсластителей указывается фраза «подслащен с помощью подсластителей».

3.6.6. Для фруктовых напитков, приготовленных путем смешивания двух или более видов фруктов, наименование продукта должно включать названия фруктовых напитков, входящих в состав смеси, в порядке убывания их относительного содержания в пересчете на массу (например, «манго, виноград и виноградный (напиток)...») либо фразу «смесь фруктовых напитков», «смешанный фруктовый напиток» или другие аналогичные.

3.7. Концентрированный фруктовый сироп (сквош или кордиал)

3.7.1. Название продукта: «сироп из (тип фруктов) концентрат (сквош или кордиал)».

3.7.2. Указывается процентное соотношение фруктов.

3.7.3. Указывается наличие ароматизаторов и добавок.

3.7.4. Указывается способ приготовления или разведения продукта водой.

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, Халаль, 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

