

Organiser



Co-Chair & General Partners



Platinum Partner



Strategic Partner



Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Institutional Support



Gulf Leading Hotel



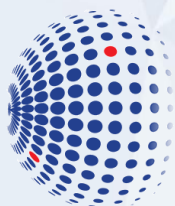
Best Middle East Free Trade Zone



РОССИЙСКИЙ ЗЕРНОВОЙ СОЮЗ



АССОЦИАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КРАХМАЛО-ПАТОННОЙ ПРОДУКЦИИ  
РОСКРАХМАЛПАТОКА



# 6<sup>th</sup> AccEssMeeting EXPORT Workshop GLOBAL GULF TRADE

## Экспорт в страны Персидского залива: Результативный ВЭД & Работа над ошибками

Дата: 28 Июня 2019 года

Формат: Ex\_Im Best Practices & Export Strategies & Show Cases Workshop

Место: Конференц-Холл KPMG – Москва-Сити, Башня на Набережной, Пресненская наб., 10, Башня С, эт. 31



SAUDI ARABIA



UAE



EGYPT



QATAR



TURKEY



IRAN



BAHRAIN



OMAN



KUWAIT



# 6<sup>th</sup> AccEssMeeting EXPORT Workshop GLOBAL GULF TRADE

MIDDLE EAST: EXPORT BEST PRACTICES & SHOW CASES & STRATEGIES

**Запрос относительно участия в Workshop по повышению квалификации экспортно ориентированных российских компаний для эффективной и конкурентной работы в странах Персидского залива.**

Уважаемый делегат,

**28 Июня 2019 года** в генеральном партнерстве с KPMG в России и СНГ, RAKEZ FTZ и Jumeirah Group, при поддержке Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO) и Правительства Эмирата Абу-Даби, Рас-эль-Хейма и Султаната Оман пройдет **6<sup>th</sup> AccEssMeeting EXPORT Workshop: GLOBAL GULF TRADE** ([ссылка на сайт](#)) для экспортно ориентированных российских корпоратов на тему: «**Экспорт в страны Персидского залива: результативный ВЭД и работа над ошибками**»

**Страновой ВЭД фокус:**

Саудовская Аравия	ОАЭ	Египет	Кувейт
Иран	Турция	Катар	Иордания
Бахрейн	Ирак	Оман	Израиль

## Цели Workshop:

- повышение качества подготовки и конкурентного уровня профильных ВЭД кадров для сбыта российских товарных групп на экспортных рынках арабских стран\*;
- представление практических инструкций, методологий и рекомендаций по работе с On-Line и Off-Line каналами по реализации экспортных SKU в странах Персидского залива на примере ВЭД кейсов;
- представление негативного опыта, путей преодоления и историй успеха российских международных экспортных поставщиков по построению эффективной дистрибуции в страны «арабского Востока»;

## Основные тематики модулей Workshop:

### **Модуль 1: Особенности конкурентного Retail \ Off-Line продвижения РФ товарных групп в странах Залива**

- **Как попасть на арабскую Ритейл-полку:** при низком уровне самообеспечения собственных потребностей (World Bank - Саудовской Аравии менее 21%, других стран Залива не превышает 11%):
  - **ближневосточным ретейлерам:** кейсы *Tammim, SAVOLA Group, CO, Al-Othaim Markets, FARM Superstores, Al Raya Supermarkets, Bin Dawood Supermarkets, Al Sadhan Supermarkets, Majid Al Futtaim Supermarkets, Landmark Group, Almarai Al-Watania Superstores, Fakieh, Alma Ray Supermarkets, Astra Supermarkets u Consumer Oasis*
  - **традиционным (bananas - Convenient Store) магазинам розничной торговли продуктами питания:** кейсы *Sunbulah, Euromarche, Jazeera, Star, Sarwat, Mandarin, Badruddine, Matajer, Nakheel, Nouri, Anoud u Refaat*
  - **гипермаркетам:** ВЭД кейсы *Hyper Panda, Geant Hyper Market, Organic Foods and Cafe, Shanklin, Backer Modeli, Al-Othaim, Danube, Lulu, Carrefour Hypermarkets, Saudi Hypermarkets, Manual Hypermarket, Surat,*
  - **дистрибьюторам и переработчикам:** на примере кейсов *Salim Basamah Company, Al Islami Foods, Al Kabeer, Al Areesh, Arctic Gold, Royal Meat and Emirates Trade FTZ*
  - **кооперативным магазинами:** *Union Coop, Emirates Cooperative Society, Bain Al Jesrain Co-Operative Society* др.
- Как эффективно работать с арабскими импортерами\сетями (кейсы)? Как не попасть на штрафы? Каким требованиям нужно соответствовать? Как подготовить эффективную\малочисленную ВЭД команду?
- Какие группы товаров и почему востребованы у арабских потребителей – на примере практических кейсов и с учетом свода правил *Управления стандартизации и сертификации ряда стран*?
- Инструменты «двулинейных трюков» ретейлеров КСА, Катара, Бахрейна, Египта и ОАЭ? Каковы ключевые пункты закупочной политики арабских импортеров\сетей (на примере кейсов)?
- Эффективные стратегии по снижению затрат и поиску арабского партнера – результативные кейсы?
- Экспортные стратегии представления востребованных товарных групп с учетом сегментации продуктов с высоким темпом роста в Заливе. Примеры дистрибуции в ОАЭ, КСА, Египте, Кувейте
- Какова плата с импортеров за «тариф за ввод нового поставщика» в магазин в странах Залива?
- Каковы листинговые сборы на новый продукт гипер и супермаркетах за SKU?
- Специфика беспроцентной отсрочки платежа, возмещение расходов за просроченные товары
- Необходима ли практика безотзывного аккредитива в рамках договор с партнёрами Залива?
- **Билингвальная этикетка:** практические рецепты\руководство к действию на частных примерах
- Производство под собственным брендом или «арабское SKU». Регистрация товарной марки
- Важность максимально эффективного расчёта размера групповой упаковки для удешевления контейнерных перевозок. Оценка возможности использования местных линий фасовки

- Почему важно развивать стратегию входа не только в розницу, но и в арабскую HoReCa?
- Требования к экспортному продукту (успешные российские\мировые кейсы\тренды): *состав, упаковка и маркировка, формат продукта, срок годности и сертификация продукции*
- Процедура *импорта образцов продукции* - пошаговая инструкция и недопущение потерь
- Роль *экспатов* при росте импорта (Саудовская Аравия - 26,5 млн., ОАЭ - 8,2 млн.): положительное влияние на страновые импортные тренды и современные форматы розничной торговли
- Специфика *разделения ритейл ниш по национальному признаку*. Роль *индусской диаспоры* или почему ошибочно искать партнера исключительно среди арабской\титульной нации?
- Экспортный потенциал российских товарных групп в рамках *мирового Exro-2020*
- *Сезонность экспортных поставок*. Экспорт в Рамадан и иные праздники

## Модуль 2: Эффективные E-Comm каналы и Digital инструменты для экспорта со странами Залива.

### Как попасть на ближневосточную E-Comm полку:

- при **91,9%** доступа арабского потребителя к интернету
- **73,8%** пользователей *заказывающих* через приложения в смартфонах
- **90,8%** систематически пользовались E-Comm платформами последние 30 дней
- **63,4%** граждан Залива системно заказывают товары через *On Line приложения*
- оправдано ли более **135 On-Line\Retail платформ** только в ОАЭ
- арабский потребитель смотрит в **соц. сети ~175 раз в день**
- **86,2%** всех арабских E-Comm покупателей **оплачивают наличными**
- Каким образом российскому экспортеру *проинтегрироваться в рамках E-Comm платформ*
  - *Amazon-souq.com* (37 млн. ежемес.посетителей\*), *Noon.com* (29 млн.\*), *Awoke.com* (24 млн.\*)
  - *Wadi.com, Wywysada.com, Wamli.com, Alshop.com*
  - *Buylebanese.com, Namshi.com, Landmark Shops, Mumzworld.com*
  - *Aids.com, Carrefouruae.com, Letstango.com, Terrible.com, Basharaccess.com*
- За счет чего *арабские E-платформы повысят оборот с \$26.9млрд. (2018) до \$48.6млрд (2022)?*
- В чем обязательства открытия российскими экспортером *E-счета в ряде стран Залива?*
- Почему для РФ экспортера важна возможность экспозиции на *Duty free E-Comm хабе Matajir.com*
- Как быть в *E-Comm consumer тренде: инструменты осведомленности, кооптация интереса, эффективная дистанционная конверсия? Эффективные кейсы запусков SKU при минимальных ресурсах*
- Как работает «*E-Comm коммуникация*»: *Functional Segmentation Platforms & Mobilized Interests Communities?*
- *GULF Market Finder*: в какую страну выйти, как выйти, как закрепиться (*consumer barometer, export trends, demo GCS, market finder (localization\платежи\налоги\реклама др.)*)
- Эффективные стратегии позиционирования - кейсы. Работа с Hi-End, MBS, 3G-Маркетинг, рынок KOL, микроритейл, социальный маркетинг. *Cross Border \ Audience Insight Finder. Календарь главных E-Comm событий*

## Модуль 3: Продукция Халяль - новый глобальный тренд с фокусом на ценность и высокие требования к качеству

- **мировой рынок Халяль (\$547млрд. в год) и будет расти на 6,9% в год (CAGR) = \$1,6трлн.**
- **83%** всех производителей продукции Халяль не являются мусульманами
- **12,3%** от всего объема мировой торговли
- Как *найти нишу для вашего SKU* при росте объема потребления товаров категории Халяль - *Индонезии (\$197млрд.), Турции (\$100млрд.), Пакистана (\$93млрд.), Египта (\$88млрд.)?*
- *Одобрение ветеринарных служб и ветсертификация на вывоз из РФ халяльной продукции, соответствие нормам шариата и свод разрешений к употреблению приверженцами ислама*
- *Кейсы преодоления ошибок* и успешной интеграции российских товарных групп в рамки глобального импортного тренда категории Халяль стран Персидского Залива
- Ключевые причины *приостановления и\или отзыва сертификатов Халяль*. Роль санитарно-эпидемиологических заключений, контрольно-упаковочного листа, образцов коробки.

## Модуль 4: ВЭД барьеры и экспортные ограничения, которые позволят избежать ошибок\трат в Заливе

- **Анализ барьеров по результатам 198 ВЭД кейсов** (*потребительские предпочтения, протекционистское тех. регулирование, «преференциальные» соглашения, культура договорных отношений и др.*)
- Оценка российского экспорта через призму *критериев Compound Annual Growth Rate, норм Единого таможенного закона (GCC-4), высокого дохода на душу и Единого таможенного тарифа (UCL)*
- Источники информации для *анализа потенциальных рынков продаж и формирования корпоративной ВЭД стратегий* TradeMap (Euromonitor, Nielsen, trademap.org, tradingeconomics.com, статистика ВЭД, профильные выставки, COMTRADE, WTO и Организации Экономического Сотрудничества и Развития (OECD)

- Как отслеживать конкурентные экспортные торговые потоки и получать достоверный сравнительный анализ: *Кто и куда продал? Кому и что продал? По какой цене и в какой динамике? Каковы сроки экспозиции?*
- Интеллектуальная собственность: *страновая специфика товарных знаков*
- Что может быть *товарным знаком* в арабских странах (*бренд, SKU, элементы оформления, цветовая гамма, внешний вид упаковки и др.*). *Можно ли зарегистрировать оригинальное изображение?*
- «Арабский Форензик» или практические рекомендации по преодолению отсутствия достаточных знаний о деловом партнере, его ключевых лицах, финансовом состоянии и правовом статусе. *Защита IP*

#### **Модуль 5: Персидский залив - методология комплексного анализа рынков GTR (регион), GTM (страна)**

- **Процедура регистрации торговой компании** (регистрация Ejeri)
- Как определить *матрицу зон ценового позиционирования*: по товарным категориям, конкурентам др.
- Как *определить стратегическую точку входа* для той или иной страны Залива
- Положительные\отрицательные стороны *открытия компании, получения лицензий в FTZ при ре\экспорте* российских товарных групп. Матрица рисков - пути преодоления. *Продовольственное эмбарго Катара*
- Что важно знать про *обмен информацией фискальными и налоговыми органами РФ и стран Залива*.
- *Репатриация капитала* и необходимо ли вести *раздельную бухгалтерию при операциях в FTZ*
- Совместные предприятия или *арабский партнер-мажоритарий*: негативные кейсы или вынужденная мера
- *ОАЭ и Бахрейн как реэкспортный шлюз в страны Залива, Африки и Индийский субконтинент*
- Дистанционное управление поставками продукции через *сервисные компании*: плюсы и минусы.
- *Роль Free Trade Zones* и правильные точки стратегического входа в «арабский импорт»
- Рекомендации по определению *стратегических КТС* и *целевых показателей по дистрибьюции*
- Методология оценки *торговых представителей* и *мерчендайзеров в странах арабского Востока*
- Предварительное *штатное расписание, данные по ФОТ, поиск кадров, список кадровых агентств*

#### **Модуль 6: Межбанковское взаимодействие. Система санкционных ограничений и пути преодоления**

- **Почему арабские банки препятствуют открытию расчетных счетов** и приему платежей
- Модели для арабских партнеров в случае, если локальные банки «не пропускают платежи»
- *Может ли тенденция к усилению USD и волатильности цен на товары усложнить перспективы экспорта в страны Персидского залива?* Актуальные аспекты по межбанковскому сотрудничеству в экспортных отраслях: основные тренды и проблемные точки в меру санкционных ограничений
- Специфика ВЭД операций, *выведенных из под валютного контроля арабских регуляторов*
- Российские успешные *ВЭД кейсы структурирования сделок торгового финансирования*

#### **Модуль 7: Брендинг продукции - как не потеряться в нишах арабских\англосаксонских производителей**

- **Системные ошибки и заблуждения российских ВЭД операторов** на арабском рынке: сводный опрос 798 арабских топ менеджеров крупнейших ритейлеров и FMCG сетей региона в рамках *Ingredients Middle East, SIAL Abu Dhabi, Gulfood, Food & Beverages Trade Show, Agriscape* в 2016-2019гг.
- Эффективные периоды рекламных кампаний. Как закрепить РФ бренд на арабских рынках за счет соц. сетей и профильных бизнес сообществ (*badge marketing partner, CPG & E-commerce, Life & Time & Value* и пр.)
- Креатив для арабских потребителей – *преодоление критического порога уровня запоминаемости*. Почему видео имеет приоритет в ленте для арабов (Canvas, Collection, синемаграфия, Boomerang & GIF)
- Практические алгоритмы учета *ментальных особенностей потребителей* и важность системной фиксации результатов в арабских странах. *Правильная маркетинговая стратегия и брендинг*
- Рецепты по участию в арабских выставках. Специфика эффективного маркетингового продвижения \преодоления «*недружественной конкуренции*» со стороны компаний англосаксонских стран
- *Арабский бизнес менталитет и переговорные практики*. Готовые приемы, стратегические ходы и решения в сложных переговорных ситуациях
- *Локализация и адаптация под арабский рынок*: успешные мировые\российские кейсы (название, слоган, рекламные материалы; дизайн и фирменный стиль; история бренда и позиционирование; адаптация вкусовых и других качеств продукта и т.д.). Почему важен «*дружелюбный*» бренд?

Просим Вас рассмотреть возможность участия (профильных коллег) в [Workshop](#) (Программа прилагается).

С уважением,

**Лукиан Владислав**

Управляющий директор

**AccEssMeeting**



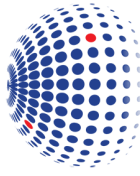
# 6<sup>th</sup> AccEssMeeting EXPORT Workshop GLOBAL GULF TRADE

MIDDLE EAST: EXPORT BEST PRACTICES & SHOW CASES & STRATEGIE

## ПРОГРАММА WORKSHOP

Драфт: 18 Июня 2019 г.

Регламент	Сессии \ Спикеры
09:00--10:00	Регистрация слушателей. Приветственное кофе. Business Networking
10:00--10:30 Opening Speech	Сессия открытия. Приветственное слово Виталий Шеремет - Партнер, KPMG в России и СНГ
10:30-14:00	<b>EX-IM Workshop Strategies: Системные ошибки российских компаний на рынках Персидского Залива</b>
10:30-11:00 Professional Intro	Илья Строкин - Директор, KPMG в России и СНГ <i>Экспортный потенциал российских товарных групп на рынках стран «арабского Востока»</i>
11:00-11:20 Workshop I	Дмитрий Авельцов – Руководитель, Центр агроаналитики - Минсельхоз РФ Дмитрий Краснов – Директор, Федеральный центр развития экспорта продукции АПК - Минсельхоз РФ <i>Перспективы поставок российской продукции в страны Персидского залива. ВЭД кейсы</i>
11:20-11:50 Workshop II	Алекс Васильев - Директор по международному сотрудничеству, Bringly \ Yandex.Market Ближневосточный E-Commerce – эффективные возможности размещения на крупнейших маркетплейсах для российского экспортера (ОАЭ, Катар, Турция, Саудовская Аравия др.)
11:50-12:10 Workshop III	Алекс Борисов - Директор по развитию международного бизнеса, Почта Омана Вход в ритейл сети Омана. Арабский E-Comm рынок. Практический алгоритм преодоления рисков при экспансии в страны региона GCC. Стратегические преимущества ре-экспорта. ВЭД Кейсы
12:10-12:30 Workshop IV	Ольга Гаврилова – Ras Al Khaimah Economic Zone, Правительство Эмирата Рас-эль-Хайма (ОАЭ) Открытие компании и организация экспорта в ОАЭ. Преимущество ведения бизнеса и ре-экспорта продукции в страны Персидского залива, Африки и Индийского субконтинента
12:30-12:50 Workshop V	Динар Биктимиров - Исполнительный директор, ALIF Cosmetics - Халяль косметика Практическая методология и ТМ-кейсы по сертификации "Халяль". Специфика продаж в мусульманских странах.
12:50-13:20 Workshop VI	Вячеслав Елисеев — Основатель и руководитель, Job for Arabists Арабский стиль ведения переговоров: эффективные стратегии и приемы. Особенности менталитета и специфика выстраивания партнерских отношений. Прагматичные продажи
13:20-14:00 PIN2WIN Session Модератор	Emarati ABU DHABI Calling: DTC (Правительство Абу-Даби), Jumeirah at Etihad Tower, SIAL Abu Dhabi Людмила Зуева – Старший менеджер, KPMG в России и СНГ
14:00-15:00	Stand-Up Business Lunch. Networking & B2B с лекторами-практиками. Invest PIN2WIN
15:00-17:30	<b>Best Practices &amp; Show Cases: Практические кейсы результативного ВЭД со странами Персидского Залива</b>
15:00-15:20 Case Study I	Алла Орлова - Директор по Экспортным продажам в страны Ближнего Востока, Африки, Азии, Объединенные кондитеры <i>Экспорт в страны Персидского залива: опыт производителя (кейсы Объединенных кондитеров)</i>
15:20-15:40 Case Study II	Виктор Саратовкин - Директор по развитию, ТД Риф <i>Методология и подходы компании к выбору схемы дистрибуции. Специфика работы через «товарные хабы» на Ближнем Востоке (КСА, ОАЭ, Египет, Турция, Оман, Катар, Бахрейн)</i>
15:40-16:00 Case Study III	Татьяна Румянцева – Руководитель отдела ВЭД, Птицефабрика Синявинская <i>Экспорт в страны Персидского залива: опыт производителя яиц и яйцепереработки</i>
16:00-16:20 Case Study IV	Алишер Ходжаев - Глава Представительства, Bergland Invest S.A. <i>Как попасть на полки ближневосточных сетевых ритейлеров и FMCG дистрибуторов - примеры успешного и негативного практического опыта (растительное масло Дивное, Bravita, Люкс др. )</i>
16:20-16:40 Case Study V	Мария и Роман Петченко – Основатели, Peroni Honey <i>"Сладкий" экспорт в страны Персидского залива. «Восток - дело тонкое»: нюансы, ошибки и успешные ВЭД приемы</i>
16:40-17:00 Case Study VI	Саодат Султанова - Заместитель директора по ВЭД, Русский Икорный Дом <i>Эффективная работа в премиальных сегментах дистрибуции и NoReCa стран Залива. Почему РФ экспортеру важно обратить внимание на гостиничный и ресторанный бизнес. Арабский бренд</i>
17:00-17:20 Institutional Support Модератор	Айдар Газизов – Руководитель, Международный центр сертификации «Халяль» Совета муфтиев РФ, аккредитованный в арабских странах центр сертификации GulfTic-ICSC Halal <i>Особенности экспорта продукции «Халяль» в страны Залива и другие регионы MENA</i>
17:30-18:30	Дмитрий Востриков – Исполнительный директор, Русспродсоюз
17:30-18:30	Networking. Вечерняя кофе пауза

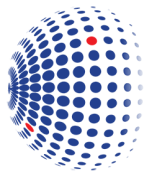


# 6th AccEssMeeting EXPORT Workshop GLOBAL GULF TRADE

## НАШИ ПАРТНЕРЫ & КЛИЕНТЫ



+1075 корпоратов



# 6<sup>th</sup> AccEssMeeting EXPORT Workshop GLOBAL GULF TRADE

## AccEssMeeting *Export* Road Shows & *Workshops* Portfolio

Формат AccEssMeeting проводится на постоянной основе в материковом\оффшорном Китае и странах Ближнего Востока (Пекин, Абу-Даби, Шанхай, Дубай, Гонконг, Гуанчжоу, Москва, Рига, Манама и др.)



Sberbank Russia - Ex\_Im Workshop 2018



KPMG Russia&CIS - Ex\_Im Workshop 2018



ROSBANK - Investment Workshop 2017



Sberbank - Beijing Road Show 2017



VTB&VEB - Abu Dhabi Road Show 2015



Sberbank&VTB - Beijing Road Show 2015



Sberbank&VTB - Shanghai Road Show 2016



VEB&Sberbank - Dubai Road Show 2013



UNIDO GMS - Abu Dhabi 2017



KPMG Russia&CIS Invest Workshop 2016



Riga - Invest Road Show 2013



KPMG China - Beijing Master Class 2017



Sberbank&VEB Abu Dhabi Road Show 2012



VEB - Manama Road Show 2013



KPMG Russia - Ex\_Im Workshop 2017

Новостные репортажи – CCTV \ CGTN \ Russia Today – [клик на фото](#)



CCTV Asia Biz News Report – NDR 2015



CGTN America Biz News Report–NDR 2017



Abu Dhabi Non Deal Road Show 2015