



STRATEGY Links
AccEssMeeting

ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY

123317, Russia, Moscow, Moscow-City, Embankment Tower,
Prenskaya embankment, Building 10, Block C, Floor 5

Tel.: +7 495 651 6621 Fax: +7 495 967 7600

Site: www.strategy-links.com www.CN888RU.com



Organiser
STRATEGY Links
AccEssMeeting
ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY

Gulf's Leading Hotels

SHANGRI-LA
HOTELS and RESORTS



Founding & General Partners
СБЕРБАНК
Всегда рядом



Best Middle East Airline

flydubai



Institutional Support



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации

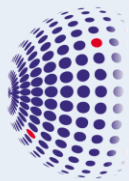


Strategic Partner

МОСКОВ
export center

Media Partners

Bloomberg **интерфакс**
INTERFAX



3rd AccEssMeeting EX_IM WORKSHOP RUSSIA – MIDDLE EAST

Эффективный экспорт в страны Персидского залива
Практические ВЭД кейсы и истории успеха

Дата: 29 Июня 2018 года

Формат: Ex_Im Best Practices & Export Strategies & Show Cases Workshop

Место проведения: Конгресс-Центр «Сбербанк России» - Москва, Вавилова, 19



SAUDI ARABIA



RUSSIA



UAE



BAHRAIN



OMAN



KUWAIT



QATAR



IRAQ



IRAN



3rd AccEssMeeting EX_IM WORKSHOP RUSSIA – MIDDLE EAST

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,

Позвольте сообщить, что **29 Июня 2018 года** в генеральном партнерстве со *Сбербанком России* и *KPMG в России и СНГ*, при поддержке *Министерства сельского хозяйства Российской Федерации*, *Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO)* и *Российского Экспортного Центра* пройдет **3rd AccEssMeeting Ex_Im Workshop: RUSSIA-MIDDLE EAST** ([ссылка на сайт](#)) для экспортно ориентированных российских корпоратов на тему: **«Эффективный экспорт в страны Персидского залива. Практические кейсы и истории успеха»**

Цели Workshop:

- повышение качества подготовки и конкурентного уровня профильных ВЭД кадров для сбыта российских товарных групп на экспортных рынках стран **Персидского залива** (*Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты, Иран, Катар, Бахрейн, Кувейт, Оман*);
- представление практических кейсов, негативного опыта и историй успеха российских\международных экспортных операторов\поставщиков\торговых домов в страны «арабского востока»;
- устранение системных ошибок и корректное формирование потребностей арабских импортеров у представителей российских ВЭД корпоратов, повышение практических навыков ведения и структурирования экспортных сделок с компаниями Персидского залива;
- практические навыки переговорных стратегий и понимания особенностей менталитета при принятии управленческих решений в ВЭД сделках с суб\поставщиками, FMCG\HoReCa операторами ритейлерами;
- инструменты защиты в корпоративных конфликтах, урегулирование спорных (финансовых, коммерческих, правовых др.) вопросов, при работе с компаниями стран Залива;

Основные тематики модулей Workshop:

Модуль 1: Корректные представления о рынке Персидского залива, которые позволят избежать ошибок\трат

- Системные ошибки и заблуждения российских ВЭД операторов на арабском рынке: сводный опрос 588 арабских топ менеджеров крупнейших ритейлеров и FMCG сетей региона. 7 первооснов арабского ВЭД
- Ошибочное представление о спросе российских товаров и услуг на арабском рынке или почему компаниям из России заходить на рынок Персидского залива сложнее, чем Западным или региона MENA?
- Актуальная оценка российского экспорта в системе «общества потребления» Ближнего Востока
- Одобрение ветеринарных служб и ветсертификация на вывоз из Российской Федерации халяльной продукции, соответствие нормам шариата и свод разрешений к употреблению приверженцами ислама
- «Арабская ВЭД-матрица» на примере российских\международных историй успеха и кейсов: Что продавать? Как ввозить? Как сертифицировать? Кто дистрибьютор? Владелец СП? =>Репатриация прибыли
- Что арабским импортерам нужно за рубежом? «Система приоритетов»: рынки для импорта, источники покрытия национальных программ (продовольственная безопасность и иные), технологии. Кейсы
- Примеры и кейсы негативных и успешных стратегий диверсификации структуры экспорта товарных групп в странах Персидского залива
- Совместные предприятия или «арабский партнер-мажоритарий»: негативные кейсы, вынужденная мера, траектории легального обхода острых углов
- Контуры экспортной экономики стран Залива в будущем и как они повлияют на РФ. Замедление роста, системы «высокого потребления». Инструменты лоббирования\продвижения российских Министерств
- Арабский бизнес менталитет и переговорные практики. Готовые приемы, стратегические ходы и решения в сложных переговорных ситуациях (на примере российских кейсов выхода в страны региона)

Модуль 2: Особенности конкурентного продвижения российской продуктовой группы в странах Залива

- Анализ арабских ниш и правильных стратегий «точки входа» для российского профильного бизнеса
- Какие оптимальные стратегии по снижению затрат или поиску партнера – результативные кейсы и инсайты
- Чего нет или как правильно нащупать потребительскую нишу в странах Персидского залива – на примере практических кейсов и с учетом свода правил *Управлений стандартизации и сертификации ряда стран*
- Как попасть на полки крупных сетевых ритейлеров Залива, FMCG операторов, гостиничных (HoReCa) сетей (основная локация потребления высокочисленного количества экспатриатов временно пребывающих в арабских странах) - примеры успешного\негативного опыта
- Как подготовить эффективную\малочисленную команду к ведению бизнеса с арабским рынком сбыта
- Стратегия избежания высокого уровня зависимости от неконтролируемой «посреднической воронки». Специфика оценки торговых представителей и мерчендайзеров. Скорость оборачиваемости
- Что делать, если рынка вашего продукта не существует или если никто не предлагал подобных товаров? Маркетинговая стратегия и инструменты определения состава целевой аудитории
- Как не потеряться в череде маркетинговых бизнес-поводов стран Залива. Матрица эффективного и низкозатратного экспо- туризма или практические аспекты экономии на посредниках\псевдо-операторах
- Рецепты по участию в арабских выставках. Специфика эффективного маркетингового продвижения \преодоления «недружественной конкуренции» со стороны компаний англосаксонских стран
- Негативный фактор влияния на имидж российских товаров через «хаотичную стратегию продвижения и брендинга». Коллективное брендрование для стран Персидского залива в рамках национальной программы сертификации *Made in Russia* (плюсы\минусы)

Модуль 3: Брендинг продукции РФ - как не потеряться в нишах арабских\англосаксонских производителей

- Понимание барьеров и мотивации к потреблению. Ценности арабского и экспат потребителя
- Производство под собственным брендом или «арабское SKU». Регистрация товарной марки
- Кейсы по разработке маркетинговой стратегии и операционного маркетингового плана в Заливе
- Анализ конкурентной среды и оценка конкурентоспособности продукции в Заливе, определение ниш
- Практические алгоритмы учета ментальных особенностей потребителей и важность системной фиксации результатов в арабских странах. Правильная маркетинговая стратегия и брендинг.
- География продаж в странах Персидского залива и корректировки в коммуникационной стратегии в зависимости от региона сбыта. Товар, услуга или сбалансированный «комплекс» портфеля товарных групп (ассортимент must have). Критерии ценностей для Клиента. Инструменты по определению фокусной ЦА
- Абсолютная лояльность первичного арабского потребителя и какую численность\группу SKU стоит выводить
- Торговые марки как средство индивидуализации товарных групп и их защита в оффшорных юрисдикциях стран Персидского залива: положительный \ отрицательный опыт. Безопасность и защита бренда
- 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?
- Интеллектуальная собственность: страновая специфика товарных знаков в КСА и ОАЭ

Модуль 4: «Форензик по-арабски» или эффективные инструменты защиты российских компаний в корпоративных конфликтах и урегулирование (финансовых, коммерческих, правовых др.) разногласий

- Практический алгоритм преодоления рисков при экспансии из ОАЭ в иные страны региона MENA. Стратегические преимущества стратегии реэкспорта и формирования «буферной» товарной зоны
- Специфика аудита арабских производителей\потенциальных партнеров (на конкретных примерах)
- Риски российских компаний на арабском рынке: как аргументированно преодолеть первичный барьер. Способы и инструменты выхода «на рынок Саудовской Аравии». Специфика работы с Ираном
- Ключевые причины приостановления и\или отзыва сертификатов Халяль. Роль санитарно-эпидемиологических заключений, контрольно-упаковочного листа, образцов коробки.
- Билингвальная этикетка в странах Залива: практические рецепты\руководство к действию на частных примерах.
- Дистанционное управление поставками произведенной продукции через сервисные компании: плюсы и минусы. Роль Free Trade Zones и правильные точки стратегического входа в «арабский импорт»
- Положительные\отрицательные стороны открытия компании, получения лицензий в FTZ при ре\экспорте российских товарных групп. Матрица рисков - пути преодоления

Модуль 5: Эффективные дистанционные digital инструменты для экспорта со странами Персидского залива – от потребительских инсайтов к системным продажам

- Арабский потребитель смотрит в социальные сети ~175 раз в день. Как быть в consumer тренде (инструменты осведомленности, коптация интереса, эффективная дистанционная конверсия и программы)
- Middle East Market Finder: в какую страну выйти, как выйти, как закрепиться (consumer barometer, export trends, demo GCS, market finder (localization\платежи\налоги\реклама др). «Дистанционные инструменты»
- Как развить и закрепить российский бренд на арабских рынках за счет социальных сетей и профильных сетей бизнес сообществ (budget marketing partner, CPG & E-commerce, Life & Time & Value и пр.)
- Cross Border \ Audience Insight Finder – практические инструменты по определению точки входа и фокус аудитории в арабском мире. Креатив для арабских потребителей – преодоление критического порога уровня запоминаемости. Почему видео имеет приоритет в ленте для арабов (Canvas, Collection, синемаграфия, Boomerang&GIF). В какие дистанционные инструменты вкладывать бюджет (реактивация)?

Модуль 6: Финансовое и межбанковское взаимодействие как основной инструмент развития трансграничных ВЭД сделок со странами Персидского залива. Система санкционных ограничений и пути преодоления

- 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
- Почему арабские банки препятствуют открытию расчетных счетов и приему платежей российских компаний - траектории обхода и практические решения. Модели для ваших арабских партнеров в случае, если локальные (вкл. банки второго эшелона) «не пропускают платежи» в меру санкционных директив
- Оффшоры стран Залива: основные преимущества и недостатки. Учет НДС положений при экспорте в ОАЭ и КСА (Января 2018). Исламские финансы как инструмент экспортного взаимодействия
- Специфика ВЭД операций, выведенных из-под валютного контроля арабских регуляторов: основные особенности, кейсы из различных ВЭД отраслей. Способы расчета.
- Адекватная оценка привязки национальных валют стран Залива к USD. Российские успешные ВЭД кейсы структурирования сделок торгового финансирования. Сценарные модели решения проблем доступа к торговому финансированию и колебанию курса валют

Модуль 7: Практические правовые вопросы структурирования и реализации ВЭД контрактов с участием арабских контрагентов. Актуальные юридические\налоговые аспекты и правовые практики на примере кейсов

- Расчет на законодательство в сфере разрешения deadlock'ов по ВЭД в КСА, ОАЭ, Катаре и Иране
- Взвешенный выбор применимого права для внешнеэкономических договоров поставки в и из Залива
- Какой внешнеэкономический договор в странах Персидского залива будет «правильным»
- Ответы на вопросы, которые позволят сэкономить время, деньги, людские и репутационные ресурсы при правовых спорах:
 - ✓ Сколько стоит возбуждение и рассмотрение дела? Сколько будут составлять расходы на сопровождение дела? Можно ли возместить расходы на разрешение спора с проигравшей стороны?
 - ✓ Сколько будет стоить принудительное исполнение решения? Сколько занимает рассмотрение дела?
 - ✓ Легко ли манипулировать временем рассмотрения спора (в первую очередь, не затягивать)?
 - ✓ Как осуществляется принудительное исполнение? На сколько гибкой является процедура?
 - ✓ Какие доказательства принимаются и как они оцениваются?
 - ✓ Что учитывается при разрешении спора: формальная сторона дела или содержание отношений сторон? Публично или конфиденциально ведется разбирательство?
- Избежание экспортных рисков в арбитражах стран Залива\роль ТПП. Сбалансированный выбор арбитража.
- Актуальные изменения в российском и налоговом законодательстве стран Залива и их оптимизация
- Актуальные аспекты трудового законодательства и специфика влияния на операционные риски

Просим Вас рассмотреть возможность вашего участия (профильных представителей компании) в [Workshop](#) (проект Программы прилагается).

С уважением,

Лукиан Владислав

Управляющий директор

AccEssMeeting



3rd AccEssMeeting EX_IM WORKSHOP
RUSSIA – MIDDLE EAST
 MIDDLE EAST: EXPORT BEST PRACTICES & SHOW CASES & STRATEGIES

ПРОГРАММА WORKSHOP

Драфт: 28 Мая 2018 г.

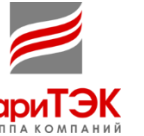
Регламент	Сессии \ Спикеры
09:30--10:30	Регистрация слушателей. Приветственное кофе. Business Networking
10:30--10:45 Welcome Remark Opening Speech	Сессия открытия. Приветственное слово Олег Ганеев - Заместитель Председателя Правления, <i>Сбербанк России</i> Виталий Шеремет - Партнер, <i>KPMG в России и СНГ</i>
10:45-14:00	Best Practices & Show Cases: Практические кейсы результативного ВЭД со странами Персидского Залива
10:45-11:10 Workshop I	Илья Строкин - Директор, <i>KPMG в России и СНГ</i> <i>Построение эффективной стратегии выхода на рынок сельхозпродукции и продовольствия стран Персидского залива. Потребительские предпочтения: ключевые тренды\факторы успеха</i>
11:10-11:40 Case Study I	Тимоти Оденвальд - Директора по развитию бизнеса в странах Персидского Залива, Индии, Азиатско-Тихоокеанского региона, <i>SPLAT Global</i> <i>Представление практических кейсов российских операторов\поставщиков в страны «арабского Востока». Как попасть на полки ритейлеров, FMCG операторов, NoReCa сетей Персидского залива (корпоративные кейсы: Бахрейн, Иордания, Ирак, Йемен, Катар, Кувейт, Ливан, ОАЭ, КСА)</i>
11:40-12:00 Case Study II	Алекс Борисов - Директор по развитию международного бизнеса, <i>Oman Post (Почта Омана – ASAYAD)</i> <i>Практический алгоритм преодоления рисков при экспансии в страны региона MENA. Арабский E-Sot рынок. Стратегические преимущества ре-экспорта и формирования «буферной зоны»</i>
12:00-12:30 Case Study III	Александр Прихно - Директор по экспортным продажам Ближний Восток, <i>Объединенные кондитеры</i> <i>Методология и подходы компании к выбору продукта и схемы дистрибуции. Переговорный баланс между «говорить и слушать»! (кейсы Объединенных кондитеров в странах Залива)</i>
12:30-13:00 Case Study IV	Никита Иванцов – Директор дивизиона Европа-Америка и Ближний Восток, <i>АО МАКФА</i> <i>Локализация и адаптация под арабский рынок: корпоративный негативный опыт и успешные кейсы (кейсы: ОАЭ, Оман, Иордания, Бахрейн, Йемен, Саудовская Аравия, Египет, Кувейт)</i>
13:00-13:30 Case Study V	Александр Заболотский - Директор по продажам на внешних рынках, <i>ГК КОНТИ</i> <i>Кейсы негативных и успешных стратегий диверсификации структуры экспорта товарных групп в странах Персидского залива на примере ГК КОНТИ (Саудовская Аравия, Иран, Ирак, ОАЭ)</i>
13:30-14:00 PIN2WIN Session Модератор	Эффективные & прагматичные бизнес решения от flydubai и Shangri-La Hotels на Ближнем Востоке Бехнам Гурбан-Заде - Советник заместителя председателя правления, <i>Сбербанк России</i>
14:00-15:00 15:00-17:00	Stand-Up Business Lunch. Networking & B2B с лекторами-практиками. Invest PIN2WIN EX-IM Workshop Strategies: Системные ошибки российских компаний на рынках Персидского Залива
15:00-15:20 Case Study VI	Виктор Линик – Президент, <i>Мираторг</i> <i>География продаж и корректировки коммуникационной стратегии в зависимости от региона сбыта. Сбалансированный «комплекс» портфеля товарных групп (ассортимент must have)</i>
15:20-15:40 Case Study VII	Александр Малютин - Совладелец, <i>ПРОМАРК-Экспорт</i> <i>Производство под собственным брендом или «арабское SKU». Регистрация товарной марки Кейсы маркетинговой стратегии и операционного плана в Заливе и Северной Африке (MENA)</i>
15:40-16:00 Workshop II	Айдар Газизов – Генеральный директор, <i>Международный Центр стандартизации и сертификации «Халяль», Совет муфтиев России</i> <i>Экспортное взаимодействие со странами Персидского Залива: сертификация «Халяль», исламские финансы, эффективные инструменты и кейсы развития экспортных кросс-сделок</i>
16:00-16:20 Workshop III	Ольга Гаврилова – <i>Ras Al Khaimah Economic Zone, Правительство Эмирата Рас-эль-Хайма (ОАЭ)</i> <i>Организация экспорта и производства продукции российских компаний в ОАЭ: преимущество ведения бизнеса и ре-экспорта российской продукции в страны Персидского залива и ЮВА</i>
16:20-16:40 Workshop IV	Эдуард Григорьев – Глава в России и СНГ, <i>Abu Dhabi Convention Bureau - Правительство Абу-Даби</i> <i>«Арабская ВЭД-матрица»: Что продавать? Как ввозить? Как сертифицировать? Кто дистрибьютор? Кто владелец СП? => Репатриация прибыли</i>
16:40-17:00 Workshop V Модератор	Игорь Лебедев - Партнер, Руководитель практики Форензик, <i>КПМГ в России и СНГ</i> <i>Управление рисками в российско-арабских ВЭД проектах</i> Сергей Куропкин – Генеральный директор, <i>Глобал Фуд Инжиниринг-Представительство SIAL в РФ и СНГ</i>
17:00-18:30	Networking & Evening Cocktail



3rd AccEssMeeting EX_IM WORKSHOP RUSSIA – MIDDLE EAST

НАШИ ПАРТНЕРЫ И КЛИЕНТЫ

McKinsey&Company



5



3rd AccEssMeeting EX_IM WORKSHOP RUSSIA – MIDDLE EAST

AccEssMeeting *Export Road Shows & Workshops* Portfolio

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



Beijing Road Show 2017



Abu Dhabi Road Show 2014



Beijing Road Show 2015



Shanghai Road Show 2016



Dubai Road Show 2013



Abu Dhabi Road Show UNIDO 2017



Moscow Investment Workshop 2016



Riga Road Show 2013



Beijing Master Class 2017 (KPMG 2nd Day)



Abu Dhabi Road Show 2012



Manama Road Show 2013



Moscow 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