

АНАЛИТИКА

ПРОФИЛЬ РЫНКА



- Соки
- Код ТНВЭД : 200990
- Экспортёр: Кыргызстан
- Целевой рынок:
Королевство Саудовская Аравия

ЭКСПОРТНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ
КЫРГЫЗСТАНА

ОБЗОР
ГЛОБАЛЬНОЙ
ТОРГОВЛИ

УСЛОВИЯ
ДОСТУПА НА
РЫНОК КСА

WWW.EXPORT.GOV.KG



Ул. Раззакова 8/1 г. Бишкек



info@export.gov.kg



+996 (312) 300232

ПРОФИЛЬ РЫНКА СОКОВ КСА

РЕЗЮМЕ

Данная публикация представляет результаты исследования текущей экспортной ситуации соков в Кыргызской Республике и возможности, тенденции глобального рынка с выявлением потенциального рынка сбыта для кыргызских соков. Основными инструментами данного исследования являются материалы, содержащей количественную и качественную информацию отечественных и глобальных статистических материалов и другие открытые источники данных. В работе проведен анализ потенциала экспорта соков в КР, нынешней ситуации глобального рынка, его тенденции и определены дополнительные целевые рынки. Сравнительный анализ конкурентов на целевом рынке, детальное изучение условий входа на рынок (требования по к сокам, упаковке и маркировке) на целевом рынке, изучение цен на выбранную продукцию и определение канала для входа на рынок Королевства Саудовской Аравии.

Данное исследование было проведено при поддержке Проекта развития ООН «Содействие торговле», финансируемого Правительством Финляндии.

Термины и сокращения

Саудовский Риял – национальная валюта КСА

ЕПТ – Единый таможенный тариф ССАГПЗ

КСА – Королевство Саудовская Аравия

ССАГПЗ – Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива.
Страны-участники – Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Саудовская Аравия,
Объединенные Арабские Эмираты

EFTA (European Free Trade Association) – Европейская ассоциация свободной торговли. Страны-участники – Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария

GSO (Gulf Standardization Organization) – Организация по стандартизации Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива

СОДЕРЖАНИЕ

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТА.....	6
1.1 Показатели экспорта бутилированной воды Кыргызской Республики	6
2. ВОЗМОЖНОСТИ МИРОВОГО РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ.....	7
3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК.....	7
3.1 Показатели экспорта на целевом рынке.....	7
3.2 Конкуренция на целевом рынке	7
3.4. Сезонность импорта.....	11
4 ДЕТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА	12
4.1 Сегментация рынка.....	12
4.2 Продукция	13
4.3 Требования к выходу на рынок.....	13
4.4 Требования к упаковке и маркировке	14
5 ЦЕНЫ	17
5.1 Розничные цены.....	17
5.2 Каналы	18
5.3 Торговые выставки	19
5.4 Ссылки на полезные источники	19



- Соки
- Код ТНВЭД : 200990

Несмотря на незначительную долю экспорта в объеме производства минеральной и газированной воды, в последние 10 лет объемы экспорта удвоились. Основными причинами этого роста стало усиление взаимной торговли с Узбекистаном и Казахстаном за последние 3 года.

С учетом тенденций правильного натуральные соки становится популярной альтернативой газированным напиткам.

Кыргызская Республика экспортирует миксы фруктовые, яблочные соки и томатные соки. Отличительным фактом соков является его сезонность, а именно высокие показатели экспорта для второго и третьего квартала.

Общий объем экспорта Кыргызской Республики в КСА за последние 5 лет составил 1,5 млн. долларов США, а в среднем показатель роста экспорта составил 16%. Однако, экспорт соков был несущественным.

Жаркий климат Саудовской Аравии обеспечивает сохранение здорового спроса на сок в Королевстве. Однако в 2023 году показатели различных категорий соков были разными, причем спрос все больше определяется растущим вниманием к здоровому образу жизни. В рамках своей стратегии «Видение 2030» Саудовская Аравия сосредоточена на поощрении местного населения к более здоровому питанию и ведению более активного образа жизни, поскольку большое количество потребителей с избыточным весом и ожирением в Королевстве создает значительную нагрузку на систему общественного здравоохранения.

1.1 Показатели экспорта соков Кыргызской Республики

Экспорт соков из Кыргызской Республики в 2022 году составил 2,1\$ млн. в количестве 391 тонны.

Ежегодный рост экспорта в стоимостном выражении за период 2018-2022: 251%

Ежегодный рост экспорта в количественном выражении с 2018-2022: 16%

Рост экспорта в стоимостном выражении с 2020-2021: -20% ↓

Диаграмма 1. Основные страны – импортеры соков



2. ВОЗМОЖНОСТИ МИРОВОГО РЫНКА СОКОВ



Мировой рынок соков в 2022 составил 17\$ млрд. Мировой импорт вырос на 9% с 2021 по 2022. Ежегодный рост с 2018 по 2022 год составил 1%. Несмотря на снижающиеся усредненные показатели по основным импортерам сока за последние 5 лет, отмечается рост мирового импорта за период с 2021 по 2022 год и с 2018 по 2022 год, что представляет перспективы для Кыргызстана.

Таблица 1. Крупнейшие импортеры соков в мире

Импортеры	Стоимость, импортированная в 2022 году (тыс. долл. США)	Ежегодный рост стоимости между 2018-2022 (%)	Ежегодный рост количества в период 2018-2022	Доля в мировом импорте	Доля КР в 2022 году (%)	Основные поставщики
По всему миру	17 024 727	1%		100%		
США	3 418 977	9%	н/д	20,1%	0%	Бразилия – 18,5 % Мексика – 14,5 %
Нидерланды	1 362 945	-2%	-1%	8%	0%	Бразилия – 33% Германия – 10%
Германия	1 230 761	-7%	-7%	7,2%	0%	Бразилия – 25% Польша – 16%
Великобритания	1 106 998	0%	-1%	6,5%	0%	Бразилия – 26% Испания – 15%
Франция	1 058 331	-7%	-7%	6,2%	0%	Испания – 19,2% Нидерланды – 16,4%

3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК



Согласно данным Торговой карты (*Trade Map*), рынок КСА представляет импорт бутилированной воды на сумму 292,8 млн. долл.США, или 193 688 тонн и занял 1.7 % мирового рынка импорта в 2022 году. Кроме того, индикаторы роста рынка КСА зафиксировали средние показатели и опережающий рост по сравнению с мировым рынком:

- Ежегодный рост стоимости с 2017-2021  8 %
- Ежегодный рост стоимости с 2020-2021  24 %

3.1 Показатели экспорта на целевом рынке



За последние 7 лет экспорт соков из Кыргызской Республики в КСА зафиксирован не был.

3.2 Конкуренция на целевом рынке



Концентрация поставщиков на рынке КСА высокая и находится на уровне 0,31, что указывает на умеренную концентрацию. Таким образом, слияния и поглощения возможны, но могут вызвать антиконкурентные проблемы. Данный показатель концентрации поставщиков ниже глобального показателя 0,06. Согласно данным Торговой карте (*Trade Map*), бутилированная вода на рынок КСА поставляется из 48 стран мира.

Несмотря на растущий спрос на сок в Саудовской Аравии, эта категория продолжает сталкиваться со значительной конкуренцией со стороны свежевыжатых соков, особенно через каналы внутренней торговли. Продажи упакованных соков столкнулись с конкуренцией, поскольку потребители, заботящиеся о своем здоровье, стали искать более свежие и натуральные варианты, в то время как в Саудовской Аравии также увеличилось количество магазинов по продаже свежих соков. Например, Joe & The Juice недавно открыла свой первый магазин в Саудовской Аравии после партнерства с The Independent Food Co. Тем временем Senomi Retail подписала соглашение о том, чтобы стать франчайзи Jamba, и планирует запустить три соковых бара Jamba в Саудовской Аравии к концу 2023 года, а к 2028 году планируется открыть более 30 торговых точек. В торговых точках Jamba используются простые свежие ингредиенты для производства вкусных соков и смузи ручной работы.

Company Shares of Juice in Saudi Arabia

% Доля (NBO) - Объем внеоборотной торговли - 2023 г.

Компания	% Делиться
Алмарай Ко Лтд.	22.2
Аль Раби ALSaudia Dairy Co Ltd	13.1
Национальная компания сельскохозяйственного развития (NADEC)	10.1
Бинзагр Левер Лтд (Unilever Arabia)	7.6
Компания Gulf Union Foods Co.	6.9
Сельскохозяйственная и перерабатывающая компания Al Othman	5.1
Ожан Индастриз Ко Лтд.	4.2
Водозавод Аль-Манкал	4.2
Абулджадаэль Бевереджиз Индастриз, ООО	3.0
Аль Сафи Данон Лтд.	2.0
Agab Co для современной промышленности	1.2
Кувейтская датская молочная компания, The	0.8
Завод по производству соков «Стрела»	0.5
Аль-Осман Агри Прод энд Прок Ко	0.3
Раух Фруктсэфте ГмбХ и Ко ОГ	0.2
Жемчужина Роял	0.1
Фабрика мороженого и соков Баттерджи	0.1
Даня Фудс Ко Лтд.	0.0
Другие	18.4



© Euromonitor International 2024

Альмарай продолжает лидировать

Almarai продолжает лидировать в сфере соков благодаря широкому ассортименту продукции, представленной в трех наиболее популярных категориях: восстановленный 100% сок, сокосодержащие напитки (до 24% сока) и нектары (25–99% сока). Ее продукты не содержат добавленного сахара и консервантов, а компания также предлагает премиальную линейку Farms Select, чтобы привлечь более состоятельных потребителей. Тем не менее, на рынок выходит все больше игроков, причем Саудовская Аравия, как считается, имеет значительный потенциал благодаря своей здоровой экономике, сильному росту населения и амбициозной стратегии «Видение 2030». Наряду с другими популярными брендами соков, такими как Al Rabie и Nades, появляются также новые и более мелкие бренды, а ритейлеры также начинают запускать линии под собственными торговыми марками, чтобы извлечь выгоду из спроса.

Brand Shares of Juice in Saudi Arabia

% Доля (LBN) – Объем внеоборотной торговли – 2023 г.

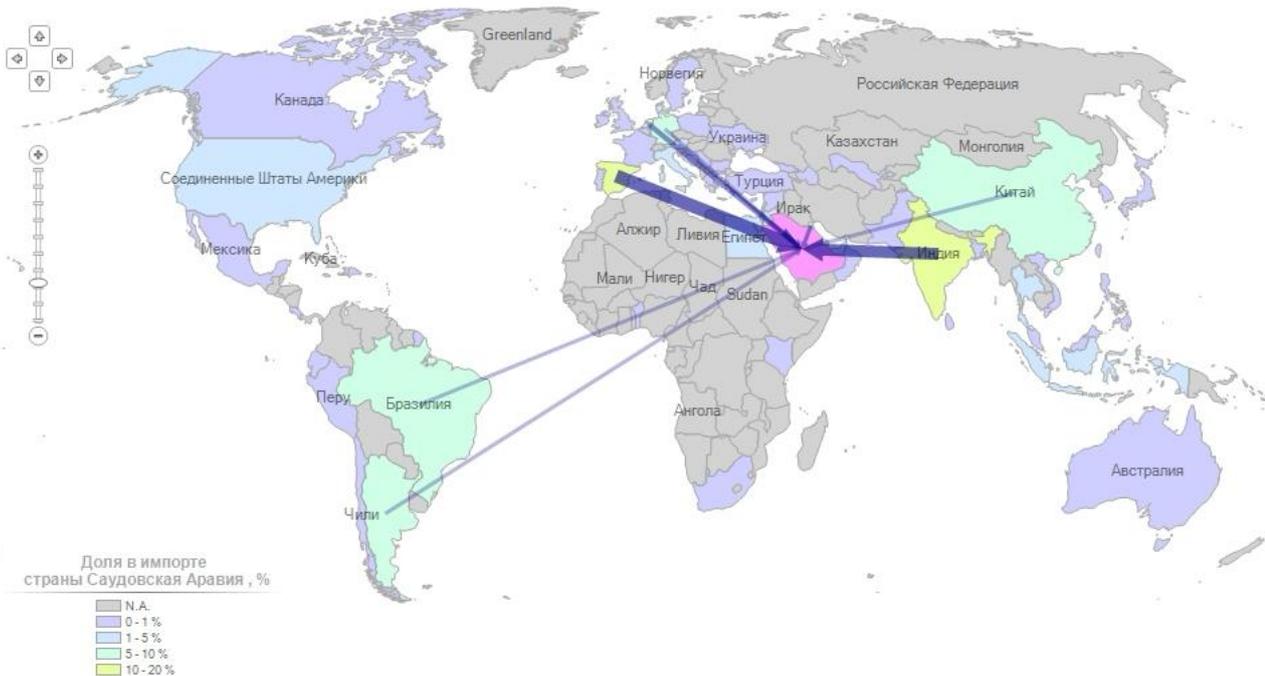
Almarai		22.2%	▲
Al Rabie		13.1%	▼
Nadec		10.1%	▲
Suntop		7.6%	▼
Original		6.9%	▼
Nada		5.1%	▲
Rani		4.2%	▼
Capri-Sun		4.2%	▼
Caesar	■	3.0%	▼
Al Safi	■	1.9%	▲
Dala	■	1.2%	▲
KDD	■	0.8%	▲
Fruto	■	0.5%	▲
Florida's Natural		0.3%	▲
Rauch		0.2%	▲
Danao		0.1%	▲
Pearl Royal		0.1%	▲
Jumbo		0.1%	▼
Others	■	18.4%	▲

5-Year Trend
 ▲ Increasing share ▼ Decreasing share — No change

Passport

© Euromonitor International 2024

Диаграмма 3. Топ 5 поставщиков соков в КСА



Выше приведены страны-поставщики соков на рынок КСА. Стоит отметить, что Испания и Индия имеют доминирующие позиции как на рынке КСА с долей в 20%

и 17,5% соответственно. Далее идут – Нидерланды (8,7%), Кувейт (6,9%), Германия (6,6%).

Диаграмма 4.



Анализ основных конкурентов показывает, что динамика экспорта соков на рынок КСА стабильно растет до пандемии, а после пандемии показатели импорта выравниваются с допандемийными показателями. Также следует отметить высокий рост экспорта из Испании с 14 млн долларов США в 2017 году до 58 млн долларов в 2022 году. Также стабильный рост показывает Индия и Кувейт. Это свидетельствует о том, что наблюдается рост спроса на импортные соки среди населения КСА.

3.3 Тарифное преимущество на целевом рынке

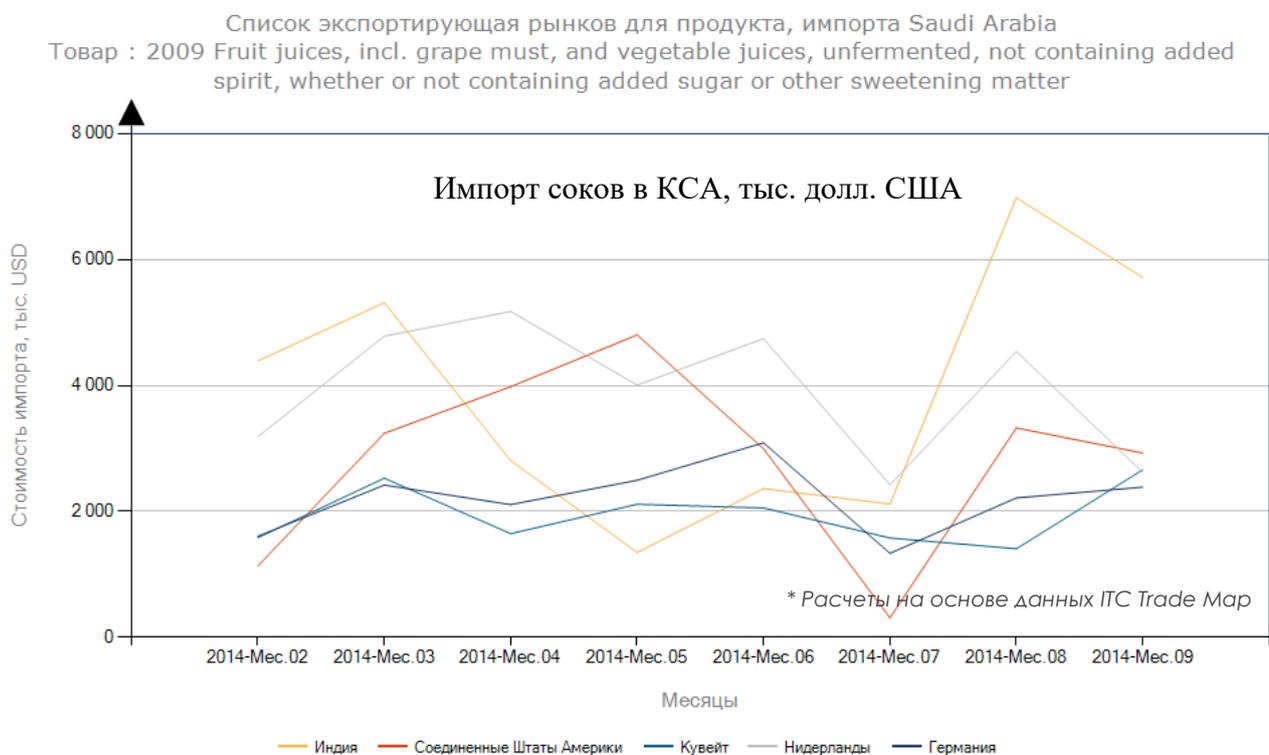


Таблица 2. Действующие тарифы КСА для основных поставщиков соков.

Поставщики	Код продукта	Описание товара	Тарифный режим	Применяемый тариф
Испания	200990	Соки	РНБ	5%
Индия	200990	Соки	РНБ	5%
Нидерланды	200990	Соки	РНБ	5%
Кувейт	200990	Соки	Преференциальный тариф для стран Персидского залива	0%
Германия	200990	Соки	РНБ	5%
Кыргызская Республика	200990	Соки	РНБ	5%

Таблица 2 показывает, что Кувейт имеет 0% тариф и, соответственно, тарифное преимущество по отношению к другим лидерам-поставщикам, в том числе Кыргызскую Республику.

Диаграмма 5. Сезонность импорта бутилированной воды в КСА



Сезонность импорта соков в КСА как видно из диаграммы 5, сезон высокого спроса длится с начала весны до конца лета, а пик спроса приходится на август.

В связи с этим для планирования переговоров об экспортных поставках, мы рекомендуем всегда анализировать сезонность импорта.

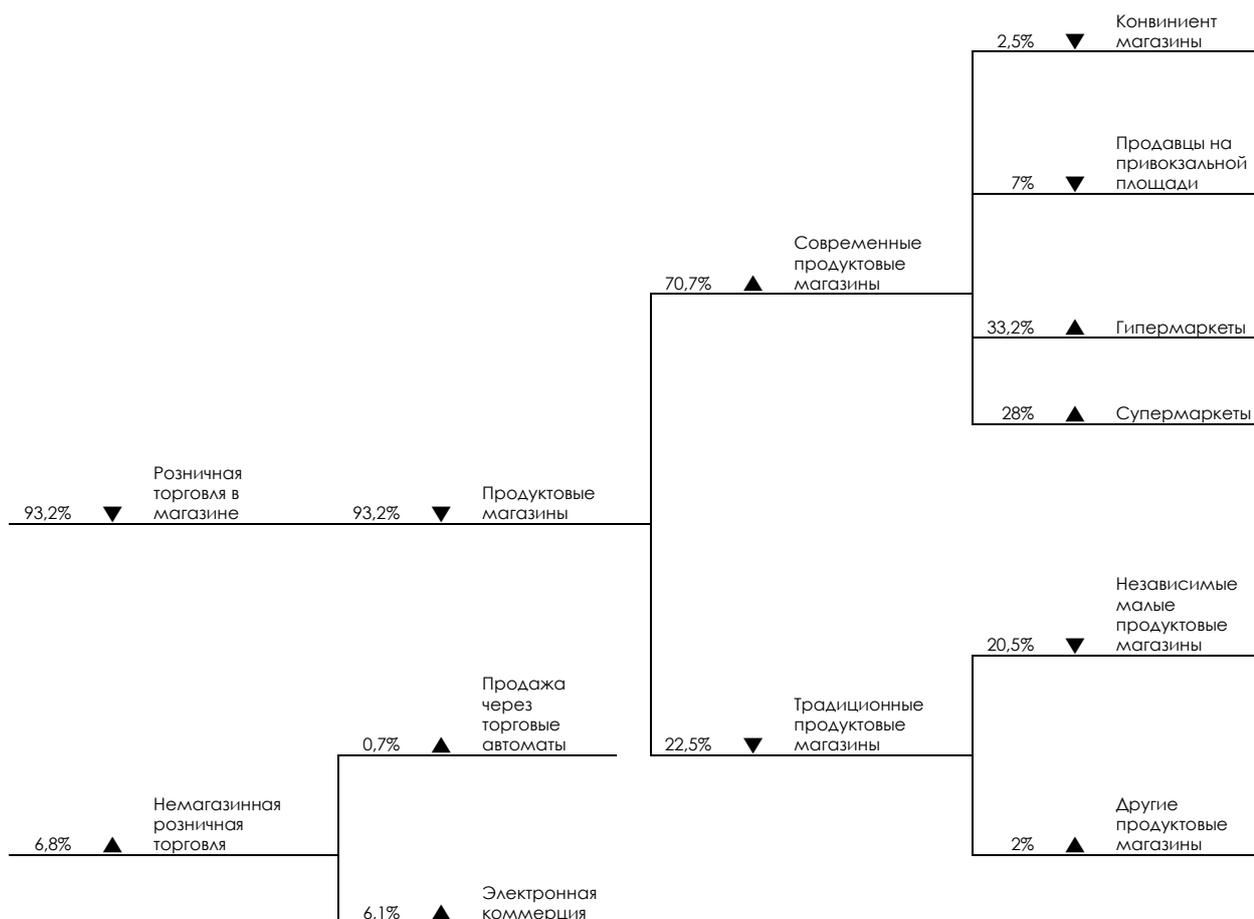


4.1 Сегментация рынка



Торговые каналы сбыта продуктов питания, в том числе соков, в КСА хорошо развиты, а это значит, что в данном бизнесе уже зрелые и опытные поставщики.

Диаграмма 6. Каналы дистрибуции соков в КСА.



Примечание:

- ▲ - доля канала дистрибуции растет
- ▼ - доля канала дистрибуции падает

В сфере распределения соков продолжают доминировать гипермаркеты и небольшие местные бакалейные магазины. Благодаря тому, что Саудовская Аравия инвестировала в крупные инфраструктурные проекты, произошло быстрое расширение современных торговых точек, при этом крупные сети увеличили количество магазинов.

Потребителей все больше привлекает удобство и ценность покупок в супермаркетах и гипермаркетах, причем в этих магазинах обычно представлен самый широкий ассортимент соковой продукции и брендов. Тем не менее, хотя за рассматриваемый период небольшие местные бакалейные лавки потеряли значительную долю, этот канал продолжает получать выгоду от удобного расположения этих магазинов.

Розничная электронная коммерция останется наиболее динамичным каналом продаж соков в 2023 году, поскольку потребители стали более привычными и удобными для покупок в Интернете. Кроме того, в Интернете появляется все больше мест, где потребители могут купить сок, а службы доставки последней мили делают доставку на дом быстрее и эффективнее.

4.2 Продукция

В рамках стратегии Саудовской Аравии «Видение 2030» Королевство планирует привлечь более 100 миллионов посетителей к 2030 году, что обеспечит устойчивый и стабильный рост объемов продаж соков в течение прогнозируемого периода. Наряду с религиозным туризмом, предприятия государственного и частного секторов Саудовской Аравии также работают над развитием развлекательного туризма в рамках планов по диверсификации экономики Королевства. Поскольку в Саудовской Аравии проводятся крупные спортивные и развлекательные мероприятия, такие как футбол, теннис, гольф и Формула-1, у людей появляется все больше стимулов для посещения. Учитывая здоровый образ сока в сознании многих людей, такое развитие событий может принести пользу, хотя продажи, вероятно, будут ограничены ожидаемым ростом количества батончиков со свежими соками. Местных жителей и туристов, скорее всего, привлекут магазины, в которых для производства соков и смузи используются свежие и натуральные ингредиенты. Чтобы противостоять этому, игрокам необходимо сосредоточиться на продвижении естественного и здорового качества своей продукции, например, путем перехода на прозрачные бутылки, которые позволяют потребителю видеть продукт внутри.

Учитывая растущее внимание к здоровью и благополучию в Саудовской Аравии, вполне вероятно, что компании продолжат концентрироваться на разработке более широкого ассортимента более здоровых и вкусных соковых продуктов. Они, вероятно, будут включать продукты без добавления сахара, с низким содержанием калорий, более привлекательными вкусами и ингредиентами, органические продукты, а также продукты, в которых используется более привлекательная и более экологичная упаковка. Учитывая большой потенциал этой категории, вполне вероятно, что на рынок продолжат выходить новые игроки, в том числе местные игроки, специализирующиеся на ингредиентах местного производства.

Хотя сокосодержащие напитки (с содержанием сока до 24%), вероятно, останутся крупнейшей категорией соков в течение прогнозируемого периода, также, вероятно, будет наблюдаться самый медленный рост объемов внеоборотной торговли, в то время как ожидается снижение продаж на внутреннем рынке. торговый канал. Эти продукты все чаще рассматриваются как наименее полезные для здоровья варианты, когда речь идет о соках, поскольку на некоторые продукты повлиял налог на сахар. Чтобы попытаться вернуть потребителей, игроки, вероятно, будут стремиться предлагать более натуральные варианты с пониженным содержанием сахара или без него.

4.3 Требования к выходу на рынок

Саудовская организация по стандартам, метрологии и качеству (SASO) выпустила более 30 000 стандартов, большинство из которых были заимствованы из международных стандартов. По данным властей, на конец 2019 года 89% действующих стандартов КСА были заимствованы из стандартов GCC. В настоящее время в КСА действуют 32 технических регламента¹.

Регулирование продуктов питания

¹ Обзор торговой политики Саудовской Аравии. ВТО, 2021.

GSO устанавливает и принимает законодательство для регулирования пищевых продуктов, в котором участвуют страны-члены. Каждая страна-член GCC, включая КСА, имеет право разрабатывать и внедрять свое национальное пищевое законодательство, дополняя законодательство, созданное GSO.

Санитарные и фитосанитарные меры

Управление по контролю за пищевыми продуктами и лекарствами (SFDA) было создано в 2009 году и является правительственным агентством КСА, ответственным за установление правил и стандартов в отношении пищевых продуктов и кормов для животных. Он также отвечает за проверку как отечественных, так и импортных пищевых продуктов. Закон КСА о пищевых продуктах гласит, что «импортные продукты питания не должны выпускаться до одобрения SFDA, как это предусмотрено правилами, политикой и процедурой. SFDA несет ответственность за разработку нормативных подзаконных актов для контроля процесса таможенной очистки пищевых продуктов, предназначенных для импорта в КСА. Страны, экспортирующие свою продукцию в КСА, должны соблюдать условия и требования импорта, установленные SFDA». SFDA определяет, соответствуют ли импортные продукты всем стандартам и правилам, установленным КСА и Организацией по стандартизации GCC (далее – GSO²), которая является агентством по установлению стандартов GCC и Йемена.

Основные постановления SFDA (Законы Саудовской Аравии о пищевых продуктах и кормах для животных) были введены в 2016 году для обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов. Закон о пищевых продуктах охватывает всю пищевую цепочку, а закон о кормах гарантирует безопасность кормов для животных. Эти законы применяются как к импортируемым, так и к отечественным пищевым продуктам и кормам, чтобы обеспечить безопасность и соответствие требованиям маркировки.

Сектор операций SFDA проверяет импортированные пищевые продукты и корма в портах ввоза. Он также проводит испытания продуктов в собственных лабораториях, но при необходимости может использовать другие лаборатории. Все продукты питания должны соответствовать нормам SFDA или GSO, и продовольственный сектор SFDA отвечает за правила и стандарты. Основные обязанности операционного сектора включают регистрацию импортированных продуктов, проверку их соответствия, регистрацию и инспектирование иностранных объектов (производителей экспортной продукции), выдачу санитарных сертификатов для экспорта и осмотр местных заводов³.

Список стандартов КСА, регулирующих пищевые продукты, можно найти на сайте SFDA: https://www.sfda.gov.sa/en/saudi_standards_lists

Стандарты GSO могут быть куплены на портале:

<https://www.gso.org.sa/store/>

Стандарты представлены на арабском и английском языках, а цены варьируют **от 75 саудовских риял** за один стандарт на одном языке. Некоторые стандарты могут быть в бесплатном доступе.

4.4 Требования к упаковке и маркировке



Маркировка продукции должна быть достоверной, читаемой и доступной для осмотра и идентификации. Маркировку наносят на изделие, этикетку, прикрепляемую к изделию или товарный ярлык, упаковку изделия, упаковку группы изделий или листок-вкладыш к продукции.

Требования к упаковке

КСА также внедрило следующие правила и стандарты, касающиеся требований к упаковке и контейнерам для пищевых продуктов:

² GSO – *Gulf Standardization Organization*. Далее эта аббревиатура будет встречаться в нумерации стандартов и регламентов.

³ Государственный департамент США по сельскому хозяйству.

GSO 839:2021 «Пищевая упаковка, часть 1 – Общие требования» касается общих требований к упаковке пищевых продуктов. Основные требования перечислены ниже:

- Все упаковочные материалы, используемые при изготовлении, формовании или обработке упаковок, должны быть пищевого качества для контакта с пищевыми продуктами и соответствовать применимым стандартам КСА.
- Они должны быть чистыми и в состоянии, не допускающем загрязнения содержащегося в них материала.
- Они должны сохранять свойства упакованного материала и защищать его от появления нежелательных запахов, привкусов и привкусов.
- Они должны обеспечивать защиту продукта от заражения микроорганизмами, насекомыми, грызунами и грязью, если этого требуют продукты.
- Они должны быть непроницаемы для влаги в случае пищевых продуктов.
- Они должны обеспечивать необходимую защиту от условий окружающей среды и механических опасностей, таких как удары, вибрация, статические напряжения, и должны оставаться неповрежденными во время обращения.
- Они не должны воздействовать на контейнер из-за миграции некоторых их компонентов, которые могут реагировать или смешиваться с пищевыми материалами.
- Он не должен быть в фармацевтической форме.

GSO 1863:2013 (Пищевая упаковка, часть 2 — пластиковая упаковка) касается требований и спецификаций пластиковой упаковки, используемой для упаковки пищевых продуктов. Согласно стандарту, на этикетках пластиковых упаковок, используемых для упаковки пищевых продуктов, должна быть указана следующая информация:

- Тип пластика
- Вес, вместимость, количество или размеры в зависимости от типа упаковки
- Заявление о пищевой ценности
- Цель и тип применения
- Инструкции по использованию
- Предупреждения, если применимо

Стандарт КСА SASO 2173/2003 (Пищевая упаковка из алюминиевой фольги) касается общих требований к пищевой упаковке из алюминиевой фольги. Ниже приведены основные требования, указанные в SASO 2173:

- Чистота металлического алюминия должна быть не менее 99% алюминия.
- Каждая упаковка должна быть изготовлена из цельного куска алюминиевой фольги без каких-либо соединений, без отверстий и царапин.
- Должна быть изготовлена из фольги обычной толщины, не превышающей 200 микрометров, в соответствии с соглашением между пользователем и производителем этих упаковок относительно прочности в зависимости от характера применения.
- В случае алюминиевой фольги, покрытой защитным слоем, материал покрытия не должен переносить какой-либо опасный для здоровья материал на пищевой продукт или придавать запах или вкус пищевому материалу.
- Должен быть непроницаем для воды, запахов и газов.
- Должны быть светонепроницаемы для защиты жирных продуктов от света.
- Должны обеспечивать достаточную защиту пищевого продукта от потери или нагревания тепла.

Экспортёры фруктов и овощей должны быть ознакомлены с:

- GSO 124:1990 «Общие требования к коробкам для свежих фруктов и овощей».
- GSO 2231:2012 «Общие требования к материалам, предназначенным для контакта с пищевыми продуктами» для соблюдения схемы по контролю материалов, контактирующих с пищевыми продуктами на основе стандарта

Политика в области использования пластика

Организация по стандартизации Саудовской Аравии (SASO) отвечает за выпуск стандартов на непищевые продукты, включая те, которые соприкасаются с пищевыми продуктами. 3 февраля 2020 г. организация **объявила о приостановке реализации** Фазы 2 и Фазы 3 постановления, требующего использования биоразлагаемых пластиковых изделий. Первоначально выпущенный в конце 2016 года, регламент распространяется на

все одноразовые изделия, изготовленные из полипропилена и полиэтилена. Он предписывает, чтобы вся пластиковая упаковка, упаковочные и упаковочные материалы были разлагаемы (за исключением упаковки, контактирующей с пищевыми продуктами), и требует предварительной регистрации пластиковых изделий в SASO, нанесения логотипа SASO и использования пластиковых добавок, лицензированных SASO.

Требования к маркировке



Все импортные и местные пищевые продукты должны соответствовать требованиям маркировки по стандарту GSO 9:2022 (SFDA.FD⁴/GSO 9:2022). Маркировка должна быть на арабском языке или содержать перевод. Она должна включать название продукта, упаковщика, страну происхождения, список ингредиентов, инструкции по использованию и срок годности. Если продукт подвергается переработке в другой стране, то страна переработки становится страной происхождения. Маркировка страны происхождения обязательна для всех продуктов в КСА.

В SFDA.FD/GSO 2487 (в редакции 2021 года), обсуждаются общие требования к маркировке пищевых продуктов, включая «наклейку». В качестве члена GCC КСА начала внедрять этот стандарт в 2015 году. В разделе 7.2.2.1 регламента говорится, что, если информация на маркировке на арабском языке указана на дополнительной наклейке, производитель должен предоставить одну наклейку (с дизайном и распечатанной).

Портал регистрации пищевых продуктов (FIRS⁵) – электронный сервис, предназначенный для создания и развития базы данных для всех предприятий импортных или местных продуктов питания, включая названия отечественных и зарубежных пищевых компаний, их уполномоченных агентов, складов и продуктов питания, которые лицензированы и зарегистрированы в КСА.

Импортёры должны подать заявку на оценку этикетки через портал FIRS перед ввозом продуктов в КСА. Оценка включает проверку информации о продукте, такой как штрих-код, наименование, страна происхождения, срок годности и другие детали.

Вебсайт портала FIRS: <https://frcs.sfda.gov.sa/Login.aspx>

У стран-членов GSO, включая КСА, есть правила маркировки расфасованных пищевых продуктов с требованием указания даты производства и срока годности. Обязательные сроки годности требуются для скоропортящихся продуктов, а предлагаемые сроки годности указаны для нес скоропортящихся продуктов. Допустимые выражения для дат истечения срока действия включают «Дата истечения срока действия», «Использовать до ...», «Годен для ...», «Использовать до ...» и «Продать до ...» для более длительных сроков годности. Даты должны быть четко указаны на упаковке в формате день-месяц-год или месяц-год. Должны использоваться перманентные чернила, наклейки не допускаются.

Полезные стандарты по маркировке:

- SFDA.FD/GSO 150-1:2021 «Сроки годности для пищевых продуктов. Часть 1: Обязательные сроки годности».
- SFDA.FD/GSO 150-2:2013 «Сроки годности для пищевых продуктов — Часть 2: добровольные сроки годности».
- SFDA.FD/GSO 9:2022 «Маркировка расфасованных пищевых продуктов».
- GSO ISO/TS 18614:2021 «Упаковка — Материал этикетки — Необходимая информация для заказа и выбора самоклеящихся этикеток».
- GSO 2232:2021 «Маркировка питьевой воды».
- GSO 2576:2021 «Требования к использованию таких терминов, как «свежий, натуральный, чистый и т. д.». В маркировке пищевых продуктов».
- GSO 2577:2021 «Маркировка фруктовых соков, нектаров и фруктовых напитков».
- GSO 2281:2021 «Маркировка расфасованных веществ, используемых в пищевой промышленности».
- GSO 2725:2023 «Руководство по маркетингу пищевых продуктов, предназначенных для детей».

⁴ Обозначение стандартов КСА.

⁵ FIRS – с англ. *Food Registration System*.

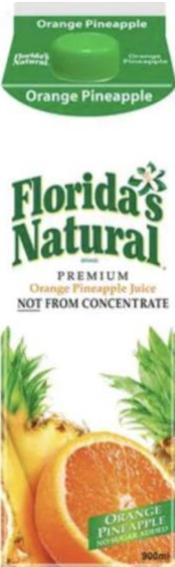
- GSO ISO/TR 23304:2023 «Пищевые продукты — руководство по указанию витаминов и их витамеров».

5 ЦЕНЫ

В данном разделе рассматривается важный вопрос о ценах, затратах и маржах. Полезно работать в обратном направлении, начиная с розничных цен, а затем рассматривать различные уровни прибыли, ожидаемые различными участниками цепочки поставок, чтобы рассчитать собственную способность конкурировать на этом рынке. Каждый клиент имеет свою спецификацию, которая будет варьироваться в зависимости от различных сегментов рынка. Отбор проб и анализ необходимы в каждом конкретном случае для определения и подтверждения качества.

5.1 Розничные цены

Стоит отметить, что диапазон расценок на соки различен в зависимости от упаковки (литража). Ниже представлен обзор розничных цен на соки в КСА на основные лидирующие бренды.

Примеры продукции	Краткое описание	Розничная цена
	Сок фруктовый микс Almarai 1,4 л Сок Almarai 100% яблочный 1,4л	8,95 риалов за 1,4 литра
	Натуральный сок Florida Апельсиновый Ананас 900мл Размер упаковки: 900 мл.	13,95 риалов

	<p>Nadec Нектар Микс Фруктовый 1,3л Размер упаковки: 1,3 л.</p>	<p>6,95 риялов</p>
---	--	---------------------------

Almarai продолжает лидировать в сфере соков благодаря широкому ассортименту продукции, представленной в трех наиболее популярных категориях: восстановленный 100% сок, сокодержущие напитки (до 24% сока) и нектары (25–99% сока). Ее продукты не содержат добавленного сахара и консервантов, а компания также предлагает премиальную линейку Farms Select, чтобы привлечь более состоятельных потребителей. Тем не менее, на рынок выходит все больше игроков, причем Саудовская Аравия, как считается, имеет значительный потенциал благодаря своей здоровой экономике, сильному росту населения и амбициозной стратегии «Видение 2030». Наряду с другими популярными брендами соков, такими как Al Rabie и Nadec, появляются также новые и более мелкие бренды, а ритейлеры также начинают запускать линии под собственными торговыми марками, чтобы извлечь выгоду из спроса.

Al-Othman Agri Prod & Proc Co доминирует в продажах 100% неконцентрированных соков под своим брендом Florida's Natural. Маркетинг бренда фокусируется на натуральных свойствах продуктов, таких как высокое содержание витаминов и естественный прилив энергии. Тем не менее, поскольку спрос на 100%-ные соки не из концентрата растет, бренд сталкивается с конкуренцией со стороны новых игроков.

5.2 Каналы

Число заправочных станций в Саудовской Аравии быстро растет, поскольку Королевство инвестирует значительные средства в новые инфраструктурные проекты, что может привести к увеличению продаж соков через розничных торговцев на заправочных станциях. Эти заправочные станции все больше внимания уделяют развитию своих услуг и торговых объектов, причем многие из них теперь предлагают зарядку электромобилей, услуги по уходу за транспортными средствами, общественное питание и розничную торговлю на привокзальных территориях, а также услуги банкоматов и многое другое. Shell также вышла на рынок Саудовской Аравии и собирается открыть заправочные станции в Королевстве до конца 2023 года, в то время как ритейлеры Danube Express также открыли свои двери на заправочных станциях по всей Саудовской Аравии.

Сок, вероятно, окажется популярным вариантом среди усталых путешественников, поскольку он обеспечивает здоровое освежение, а сок также может помочь обеспечить естественный заряд энергии.

Помимо быстрого роста туризма, продажи соков на торговых площадках также должны выиграть от того, что потребители снова станут более мобильными, а кафе и рестораны отреагируют на растущий спрос на более здоровые напитки.

Однако прогнозируемый резкий рост числа баров и магазинов свежих соков в Королевстве, вероятно, ограничит потенциал роста этой категории. Там, где он доступен, большинство потребителей, вероятно, по-прежнему будут отдавать предпочтение свежевыжатому соку, особенно там, где цены сопоставимы с пакетированными соками.

5.3 Торговые выставки

Для наиболее эффективного вхождения на рынок КСА предлагается несколько вариантов:

- 1) Участие в торговых выставках с дальнейшим проведением переговоров о поставках продукции. Наиболее эффективный метод продвижения продукции в сегменте B2B (Business to Business) – это торговые выставки. Среди популярных выставок для рынка КСА следует отметить региональную выставку Saudi Agriculture (<https://saudi-agriculture.com/>), которая проводится ежегодно в г. Эр-Рияд и собирает поставщиков и покупателей продуктов питания, включая соков.
- 2) Участие в торговых миссиях для проведения переговоров о поставках продукции.
- 3) Прямые продажи посредством отправки деловых писем с коммерческими предложениями.

Для получения дополнительной информации о выставках обращайтесь в Агентство по продвижению и защите инвестиций Кыргызской Республики или посетите наш сайт <http://export.gov.kg/ru/for-exporters/promoting-exhibitions>

5.4 Ссылки на полезные источники

- ITC Trademap <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- ITC Market Access Map <https://www.macmap.org/>
- ITC Export Potential Map <https://exportpotential.intracen.org/#/home>
- Портал правительства КСА <https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/main>
- Министерство окружающей среды, водных ресурсов и сельского хозяйства <https://www.mewa.gov.sa/en/Pages/default.aspx>
- Главное управление внешней торговли <https://gaft.gov.sa/en/pages/default.aspx>
- Управление по закяту, налогам и таможне <https://zatca.gov.sa/en/Pages/default.aspx>
- Управление по контролю за пищевыми продуктами и лекарствами <https://sfda.gov.sa/en>
- Саудовская организация по стандартам, метрологии и качеству <https://www.saso.gov.sa/en/pages/default.aspx>
- Организация по стандартизации Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива <https://www.gso.org.sa>
- Федерация торговых палат КСА <https://fsc.org.sa/?lang=en>
- Торговая палата Эр-Рияд <https://www.chamber.sa/en/Home/Pages/default.aspx>
- Торговая палата Джедда <https://www.jcci.org.sa/en/aboutthechamber>

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь в Национальное агентство по инвестициям при Президенте КР или посетите сайт <http://export.gov.kg>, (312) 300232.