



СТРАНОВОЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ. ГЕРМАНИЯ

Программа USAID по торговле в Центральной Азии

Ноябрь 2023 года

О программе

Программа USAID по торговле в Центральной Азии направлена на улучшение взаимодействия в сфере торговли в регионе для содействия экономическому росту и расширению экономических возможностей в Центральной Азии путем гармонизации процедур таможенного и пограничного контроля, укрепления партнерства между государственным и частным секторами в вопросах торговли и инвестиций, укрепления трансграничного взаимодействия между коммерческими предприятиями, а также решения гендерных вопросов в сфере торговли. В рамках программы USAID по торговле в Центральной Азии будет оказываться поддержка женщинам-предпринимателям в области торговли и коммерции путем пересмотра существующих политик и практик в сфере торговли, ущемляющих возможности женщин, и разработки мер по оказанию содействия женщинам в преодолении таких трудностей.

Дисклеймер

Данная(-ое) публикация, отчет, видео или другая информация/медийный продукт (уточнить)) стала возможной благодаря помощи, оказанной офисом в Центральной Азии, бюро по Азии Агентства США по международному развитию, в соответствии с условиями контракта № 720-115-21-C-0002. Мнения, выраженные здесь представляют собой мнения автора(-ов) и не обязательно отражают позицию Агентства США по международному развитию.

ОГЛАВЛЕНИЕ

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ	8
ВВЕДЕНИЕ	9
РАЗДЕЛ 1: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТРАНЕ.....	10
Факты о стране	10
Обзор политической ситуации.....	10
Обзор социально-демографической ситуации	12
Технологические тенденции.....	15
Обзор логистики.....	16
Обзор экономической ситуации	18
РАЗДЕЛ 2: ВНЕШНЕТОРГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТА	24
Описание торгового режима Германии (Евросоюза)	24
Таможенное регулирование и налогообложение импорта.....	27
Нетарифные меры регулирования	30
РАЗДЕЛ 3: АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ЭКСПОРТНЫХ СЕКТОРОВ.....	39
Потенциальные возможности экспорта КР в Германию	40
Анализ рынка мяса	43
Анализ рынка рыбной продукции	44
Анализ рынка молочной продукции	47
Анализ рынка меда.....	50
Анализ рынка фруктов и овощей.....	51
Анализ рынка готовых продуктов питания	60
Анализ рынка одежды.....	66
РАЗДЕЛ 4: ОБЗОР ЛАНДШАФТА ДЕЛОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	71
Межправительственные платформы сотрудничества	72
Список основных торговых выставок и b2b площадок.....	73
Список государственных организаций и бизнес-ассоциаций	74

Список таблиц

Таблица 1. Туристы Германии в разбивке по регионам	14
Таблица 2. Список регулярных авиасообщений между КР и Германией.....	17
Таблица 3. ТОП-10 экспортных отраслей Германии, млрд. долл. США	24
Таблица 4. ТОП-10 импортных отраслей Германии, млрд. долл. США	24
Таблица 6. Структура тарифов в 2019 и 2022 годах, включая ВСП+	29
Таблица 6. Внешнеторговый оборот КР, тыс. долл. США	40
Таблица 7. Анализ потенциальных товарных позиций для экспорта в Германию.....	40
Таблица 8. Импорт мяса Германии по странам и товарным позициям 2022 года	44
Таблица 9. Импорт рыбы Германии по странам и товарным позициям 2022 года	46
Таблица 10. Импорт сыров Германии по странам и товарным субпозициям 2022 года	48
Таблица 11. Импорт сливочного масла Германии по странам 2022 года.....	50
Таблица 12. Импорт меда Германии по странам 2022 года.....	51
Таблица 13. Импорт бобовых Германим по странам и товарным субпозициям 2022 года.....	53
Таблица 14. Импорт фруктов Германии по странам 2022 года	56
Таблица 15. Импорт овощей Германии по странам 2022 года	57
Таблица 16. Импорт орехов и сухофруктов Германии по странам 2022 года	59
Таблица 17. Импорт выпечки Германии по странам 2022 года	61
Таблица 18. Импорт соков Германии по странам 2022 года	64
Таблица 19. Импорт бутилированной воды Германии по странам 2022 года	65
Таблица 20. Лидеры на рынке женской одежды.....	67
Таблица 21. Лидеры на рынке мужской одежды	68
Таблица 22. Импорт одежды (товарные группы 61 и 62) ОАЭ 2022 года	69
Таблица 23. Перечень выставок в Германии.....	73
Таблица 24. Контактная информация государственных и иных организаций Германии	74

Список изображений

Рисунок 1. Динамика населения Германии и прогноз до 2050 года, млн. чел.	12
Рисунок 2. Распределение населения Германии по полу и возрасту (2022 г.)	13
Рисунок 3. Статистика рабочей силы Германии (старше 15 лет), тыс. чел.	13
Рисунок 4. Состав населения Германии по гражданству (2023), млн чел.	14
Рисунок 5. Факторы, влияющие на совершение онлайн покупок в Германии и мире	15
Рисунок 6. Индекс сетевой готовности.....	16
Рисунок 7. Показатели Германия в Индексе эффективности логистики в 2023 году	17
Рисунок 8. ВВП Германии в текущих ценах, млрд. долл. США.....	18
Рисунок 9. ВВП по отраслям экономики в 2022 г. (в текущих ценах, евро)	19
Рисунок 10. Инфляция Германии в период 2012-2022 гг. и ее прогноз до 2028 г.	20
Рисунок 11. Динамика индекса EURUSD за последние 5 лет.....	21
Рисунок 12. Динамика процентной ставки ЕЦБ (10 лет).....	22
Рисунок 13. Показатели внешнеторгового оборота Германии 2013–2022 гг.....	22
Рисунок 14. Топ-10 торговых партнеров Германии в 2022 г.	23
Рисунок 15. Сеть торговых соглашений ЕС (по состоянию на декабрь 2022 года)	26
Рисунок 16. Динамика и прогноз продаж мяса в Германии, тыс. тонн	43
Рисунок 17. Каналы продаж «Баранина и козлятина» в Германии, тыс. тонн	43
Рисунок 18. Динамика и прогноз продаж рыбы и морепродуктов в Германии	45
Рисунок 19. Каналы продаж «Рыба» в Германии, тыс. тонн	45
Рисунок 20. Динамика и прогноз продаж сыров в Германии.....	47
Рисунок 21. Каналы продаж «Сыры» в Германии, тыс. тонн	48
Рисунок 22. Динамика и прогноз продаж сливочного масла в Германии	49
Рисунок 23. Каналы продаж «Сливочное масло» в Германии, тыс. тонн	49
Рисунок 24. Динамика и прогноз продаж меда в Германии	50
Рисунок 25. Каналы продаж меда в Германии, тыс. тонн	51
Рисунок 26. Динамика и прогноз продаж бобовых в Германии.....	52
Рисунок 27. Каналы продаж «Бобовые» в Германии, тыс. тонн	52
Рисунок 28. Динамика и прогноз продаж фруктов в Германии	54
Рисунок 29. Каналы продаж фруктов в Германии, тыс. тонн	55
Рисунок 30. Динамика и прогноз продаж овощей в Германии	55
Рисунок 31. Каналы продаж овощей в Германии, тыс. тонн	56
Рисунок 32. Динамика и прогноз продаж орехов в Германии	58
Рисунок 33. Динамика и прогноз продаж сухофруктов в Германии.....	58

Рисунок 34. Каналы продаж орехов в Германии	58
Рисунок 35. Динамика и прогноз продаж выпечки в Германии	60
Рисунок 36. Каналы продаж тортов в Германии, тыс. тонн	61
Рисунок 37. Динамика и прогноз продаж безалкогольных напитков в Германии, млн литров.....	62
Рисунок 38. Динамика и прогноз продаж безалкогольных напитков в Германии, млн евро	62
Рисунок 39. Каналы продаж безалкогольных напитков в Германии, млн. литров	63
Рисунок 40. Динамика и прогноз продаж соков в Германии	63
Рисунок 41. Каналы продаж соков в Германии, млн литров	63
Рисунок 42. Динамика и прогноз по бутилированной воде в Германии	65
Рисунок 43. Каналы продаж бутилированной воды в Германии.....	65
Рисунок 44. Динамика и прогноз продаж женской, мужской и детской одежды	66
Рисунок 45. Структура продаж женской одежды в Германии.....	67
Рисунок 46. Структура продаж мужской одежды в Германии	68
Рисунок 47. Оборот крупнейших розничных компаний в 2022 году.....	72

Аббревиатура

ВВП	валовый внутренний продукт
ВДС	валовая добавленная стоимость
ВСП+	Всеобщая система преференций Европейского Союза
ВТО	Всемирная торговая организация
долл. США	доллары США
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
Евростат	статистическая служба Европейского союза
ЕС	Европейский союз
ЕЦБ	Европейский центральный банк
ИКТ	информационно-коммуникационные технологии
КР	Кыргызская Республика
МВФ	Международный валютный фонд
млн	миллион
млрд	миллиард
Нацстатком	Национальный статический комитет КР
НДС	налог на добавленную стоимость
НИОКР	научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы
ОАЭ	Объединенные Арабские Эмираты
ООН	Организация объединенных наций
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ППС	паритет покупательской способности
ССТ	Соглашение о свободной торговле
США	Соединенные Штаты Америки
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
тыс	тысячи
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
ФРГ	Федеративная Республика Германия
ФРС	Федеральная резервная система США
B2B	с англ. business-to-business - бизнес для бизнеса
COVID-19	Коронавирусная инфекция (COVID-19)
ЕВА	с англ. Everything But Arms – «Все, кроме оружия»
EFTA	Европейская ассоциация свободной торговли
REX	система регистрации экспортеров ЕС
USAID	Агентство США по международному развитию

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Программа USAID по торговле в Центральной Азии (2021–2026) направлена на улучшение взаимодействия в сфере торговли в регионе для содействия экономическому росту и расширению экономических возможностей в Центральной Азии.

Данная публикация представляет собой сотрудничество между Программой USAID по торговле в Центральной Азии и Национальным агентством по инвестициям при Президенте Кыргызской Республики по оказанию содействия в составлении страновых путеводителей по приоритетным рынкам: ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия, Япония, Корея, Германия.

О путеводителе по Германии

Добро пожаловать в Ваш полный путеводитель по экспорту в Германию. В этом компактном ресурсе мы предоставляем необходимые идеи и практические советы, чтобы помочь Вам успешно ориентироваться на экспортном рынке Германии.

Германия с населением чуть более 84 миллионов человек является одновременно экономическим центром и важным политическим лидером в Европе. Третий по величине экспортер и импортер в мире после Китая и США, Германия является ведущей промышленной страной, известной своими возможностями в специализированном производстве, здравоохранении и автомобильной промышленности.

В этом путеводителе мы исследуем основные аспекты экспортного рынка Германии, включая тенденции рынка, регулятивные рамки и отраслевые возможности. Мы также выделим конкурентные преимущества и сильные стороны экспорта в Германию.

Несмотря на обилие возможностей, важно быть в курсе потенциальных рисков и сложностей. Мы обратим на них внимание и предоставим руководство по навигации по регулятивным требованиям и культурным особенностям.

Этот путеводитель будет служить вашим надежным компаньоном, снабжая вас знаниями и инструментами, необходимыми для успеха и раскрытия потенциала Вашей компании на экспортном рынке Германии.

Страновой путеводитель включает в себя общую информацию о Германии, обзор ее экономики, включающий анализ внешнеторговой деятельности, прогнозный обзор потенциальных рынков с отражением информации о возможных рисках и последствиях изменений как во внешней, так и во внутренней экономической конъюнктуре страны. Кроме того, путеводитель раскроет подробную информацию о потенциальных возможностях для экспорта кыргызской продукции, государственном регулировании импортных операций в стране потенциального сбыта продукции, макроэкономического регулирования в стране, логистике, правилах посещения страны, а также потенциальных выставочных платформ.

ВВЕДЕНИЕ

Данный путеводитель предназначен для предпринимателей и экспортеров из Кыргызстана, заинтересованных в расширении своих экспортных возможностей на рынке Германии.

Высокоиндустриальная, диверсифицированная и стабильная Германия предлагает долгосрочный потенциал и множество возможностей для предприятий КР, производящих качественную продукцию. В данном Путеводителе мы рассмотрим ключевые аспекты рынка Германии.

Для экспортеров при планировании входа на рынок нужно изучить общую ситуацию в стране, которая будет представлена Вам в **Разделе 1**. Здесь Вы познакомитесь с политической ситуацией, социально-демографическим развитием, технологическими тенденциями и обзором логистики. В завершении Раздела 1 будет представлен подробный обзор экономической ситуации в Германии, включая показатели роста экономики, инфляции, курса национальной валюты и внешней торговли.

В **Разделе 2** мы для Вас подготовили обзор национальных особенностей регулирования импорта Германии, включая более подробный обзор торгового режима, а также тарифного и нетарифного регулирования на примере продуктов питания. В данном разделе для Вас представлены краткое содержание основных регулятивных механизмов, а также ссылки на сайты и порталы государственных органов, которые регулируют импорт.

Для всех производителей и экспортеров мы проанализировали важные сектора рынка Германии. Данная информация предоставлена в **Разделе 3**, где Вы сможете изучить размеры рынков, их особенности, тренды и потенциал для экспорта из Кыргызстана. Здесь мы предлагаем Вам глубокий анализ текущего состояния рынка Германии, основанный на последних статистических данных и маркетинговой аналитике. Вы узнаете о важных секторах Германии, потребительских предпочтениях местного населения.

В **Разделе 4** мы для Вас подготовили полезную информацию о каналах нужных для выстраивания сотрудничества с партнерами в Германии. Здесь также собраны данные о важных государственных и негосударственных организациях, которые важны при планировании и осуществлении экспорта. Согласно практике экспортных продаж для экспортеров также нужно знать о существующих торгово-выставочных мероприятиях, которые будут важными для приоритетных секторов экспорта Кыргызстана, и эту информацию Вы сможете найти в данном разделе.

Путеводитель структурирован и разработан для удобства читателей. Кроме того, в нем представлено много инфографики, которая обобщает большие статистические данные и позволяет увидеть тренды на исследуемом рынке. Также мы для Вас на протяжении всего Путеводителя подготовили вставки, которые имеют важное значение при планировании экспортной деятельности, и Вам следует их изучить и запомнить.

Наша цель – предоставить Вам ценную информацию и аналитику, которая поможет вам принимать осознанные решения в своей экспортной деятельности. Мы надеемся, что этот Путеводитель станет полезным инструментом для Вас и поможет Вам успешно начать и нарастить экспорт в Германию.

РАЗДЕЛ 1: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТРАНЕ

В данном разделе для экспортеров представлена информация, которая поможет понять условия среды на целевом рынке для принятия бизнес-решений и покажет политические, социально-демографические, технологические и экономические факторы важные для планирования экспортной деятельности на целевом рынке.

ФАКТЫ О СТРАНЕ

Федеративная Республика Германия расположена в самом сердце Европы и является космополитической, демократической страной с великими традициями и ярким настоящим.

Административное деление. Германия – это федерация. У федерации и 16 земель (штатов) есть свои зоны ответственности: Бавария, Баден-Вюртемберг, Берлин, Бранденбург, Бремен, Гамбург, Гессен, Мекленбург-Передняя Померания, Нижняя Саксония, Рейнланд-Пфальц, Саар, Саксония, Саксония-Анхальт, Северный Рейн — Вестфалия, Тюрингия, Шлезвиг-Гольштейн.

Столица – город Берлин.

Расположенная в центре Европы Германия омывается водами Балтийского и Северного морей. Граничит с Данией на севере, Польшей и Чехией на востоке, Австрией и Швейцарией на юге, Францией, Люксембургом, Бельгией и Нидерландами на западе.

Площадь территории — 357 592 кв.км.

Численность населения — 84,4 млн. человек (на январь 2023 года). Занимает 19-е место в мире по численности населения (1-е место в ЕС, при учёте России и Турции 3-е в Европе).

Свобода совести и свобода вероисповедания гарантированы германской конституцией. Состав населения Германии по вероисповеданию по состоянию на 31 декабря 2021 года: 49,7 % христиане, 3,6 % мусульмане, 4,8 % исповедуют другие религии, 41,9 % нерелигиозные.

Официальный язык – немецкий.

Дипломатические отношения между КР и ФРГ установлены 1 февраля 1992 года.

Чрезвычайный Полномочный Посол Германии в КР доктор Габриела Геллил был аккредитована в г.Бишкек с августа 2021 года.

Телефонный код страны - +49.

Национальная валюта – евро (аббр. EUR).

ОБЗОР ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Германия — федеративное государство. Как федерация, так и 16 земель имеют свои собственные полномочия. За вопросы внутренней безопасности, школьного и высшего образования, культуры и муниципального управления отвечают земли. В то же время административные власти земель реализуют не только свои собственные законы, но и законы федерации. Правительства земель принимают непосредственное участие в федеральном законодательстве через своих представителей в бундесрате.

Федерализм в Германии — больше, чем государственная система: он отражает децентрализованную культурную и экономическую структуру страны и уходит корнями в глубь истории. Помимо своей политической функции земли также являются отражением четкой региональной идентичности. Их сильные позиции были закреплены Основным законом в 1949 году.

Федеральный канцлер возглавляет федеральное правительство. Вместе с федеральными министрами он (или она) образует федеральное правительство — кабинет министров. Наряду с директивной компетенцией канцлера действует ведомственный принцип ответственности министров, в соответствии с которым они самостоятельно осуществляют руководство в своих сферах управления в рамках директив, а также принцип коллегиальности, в соответствии с которым федеральное правительство принимает решение по спорным вопросам большинством голосов. Количество министров не указано в Основном законе. На протяжении срока полномочий могут назначаться и новые министры.

Местопребыванием правительства является столица федерации Берлин. До воссоединения Германии в 1990 году столицей ФРГ был Бонн. В июне 1991 года бундестаг решил, что парламент и правительство переедут в Берлин. Однако шесть федеральных министерств сохранили свои штаб-квартиры в Бонне, все министерства имеют офисы в обоих городах. Кроме того, Бонн имеет статус федерального города.

С конца 2021 года в состав федерального кабинета входят канцлер Олаф Шольц, 15 министров и руководитель ведомства федерального канцлера. Федеральные министерства являются высшими федеральными органами в соответствующих отраслях. Федеральный канцлер определяет основные направления политики и отвечает за них.

Германия — демократическое федеративное государство. Смена федерального и земельных правительств происходит регулярно на свободных выборах. На парламентских выборах в сентябре 2021 года на смену предыдущей правящей коалиции в составе ХДС/ХСС¹ и СДПГ², возглавляемой канцлером Ангелой Меркель, пришел альянс из трех партий: СДПГ, Зеленые³ и СвДП⁴ под руководством федерального канцлера Олафа Шольца.

Федеральное правительство Германии активно работает над преобразованием промышленности и экономики с целью достижения климатической нейтральности к 2045 году. Канцлер Шольц называет это «крупнейшей трансформацией за последние 100 лет». Одной из ключевых мер является энергетический поворот, согласно которому к 2030 году 80% электроэнергии будет производиться из возобновляемых источников. Правительство также реагирует на вызовы глобализации и цифровизации, обеспечивая безопасность и обещая увеличить минимальную заработную плату до 12 евро. Кроме того, оно придает приоритет образованию, пенсиям и научно-исследовательским разработкам, направляя более трех процентов ВВП на эту цель. Для привлечения квалифицированных работников из-за границы введен современный Закон об иммиграции. Федеральное правительство стремится к разработке всесторонней стратегии национальной безопасности, фокусируясь на защите от насилия и войны, а также укреплении демократии через диалог с гражданским обществом⁵.

¹ ХДС/ХСС, также «Союз» — блок правоцентристских политических партий в Германии, включающий в себя «Христианско-демократический союз Германии» и «Христианско-социальный союз в Баварии». При этом ХСС активна только в Баварии, а ХДС — во всех остальных землях за исключением Баварии.

² Социал-демократическая партия Германии — одна из двух крупнейших партий современной Германии, основана 23 мая 1863 года.

³ Союз 90/Зелёные, часто просто Зелёные — зелёная партия в Германии. «Зелёные» относятся к европейской семье экологических партий. Характерной чертой их программы является сочетание социально-ориентированной рыночной экономики с необходимостью охраны природы и окружающей среды под контролем государства.

⁴ Свободная демократическая партия Германии — либеральная партия в Германии, основана 11 декабря 1948 года.

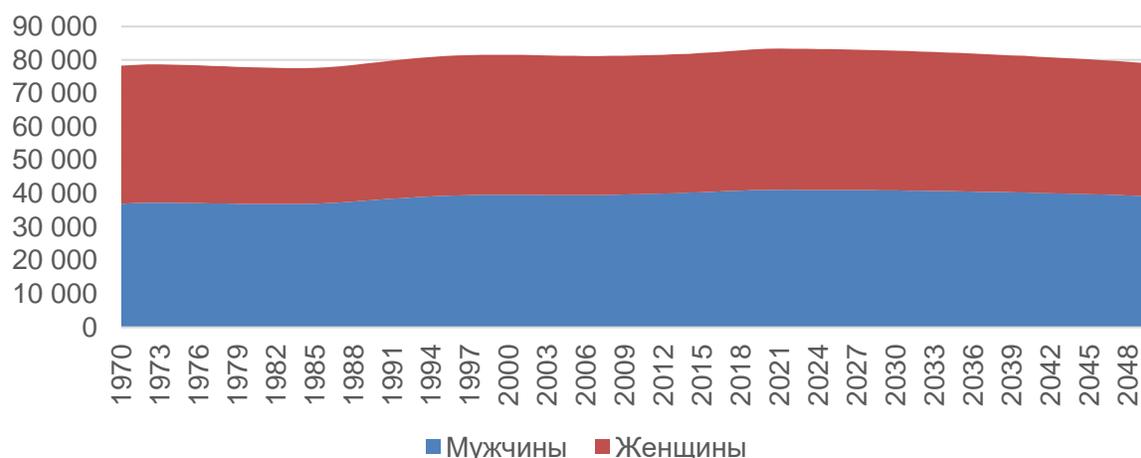
⁵ Сайт «Факты о Германии» <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/ru>

ОБЗОР СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Население Германии выросло на 1,3% (+1122 тыс. человек) в 2022 году после небольшого роста всего на 0,1% в предыдущем году (+82 тыс. человек). По данным Федерального статистического управления (Destatis), в конце 2022 года в Германии проживало 84,4 миллиона человек. Такое развитие событий обусловлено существенным увеличением чистой иммиграции до 1,455 млн. человек и 329 тыс. чел. в 2022 и 2021 годах соответственно, главным образом вызванным движением беженцев из Украины. Превышение смертности над рождаемостью выросло в 2022 году до 327 000 по сравнению с 228 000 в 2021 году⁶.

За последние 10 лет численность населения выросла на 2,4%. Согласно прогнозу ООН, в долгосрочной перспективе населения будет сокращаться темпом 0,1%–0,3% и достигнет 78,9 млн человек к 2050 году.

Рисунок 1. Динамика населения Германии и прогноз до 2050 года, млн. чел.



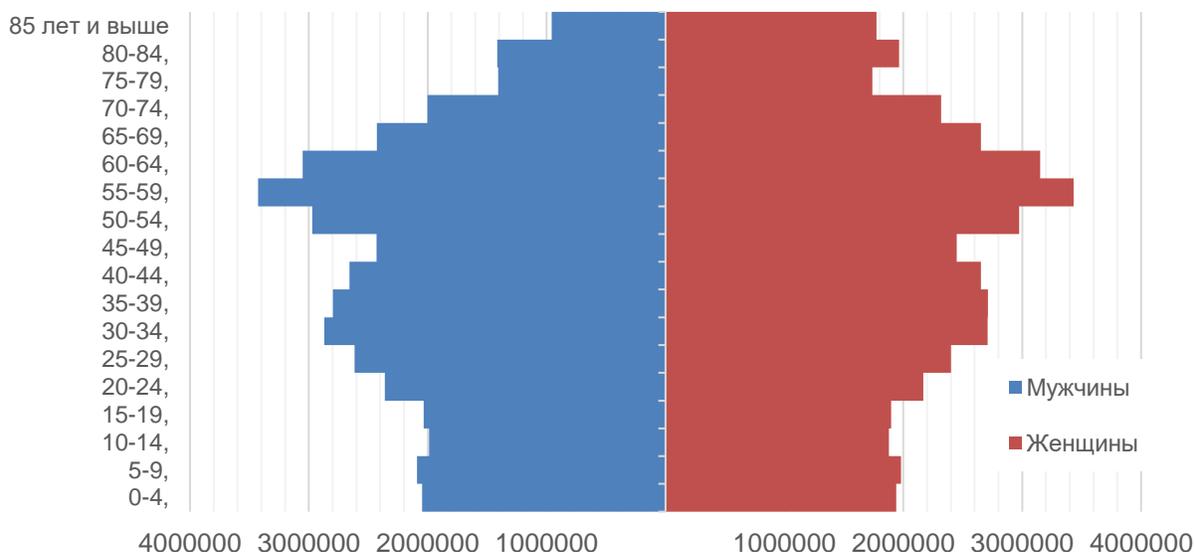
Источник: Подразделение по населению ООН

Плотность населения в Германии составляет 239 человек на квадратный километр, и ожидается, что к 2050 году она сократится до 226 человек на квадратный километр. В то же время среднее значение по миру составляет 60 человек⁷.

⁶ Пресс-релиз Федерального статистического управления «Население Германии выросло на 1,3% в 2022 году», июнь 2023 г.

⁷ Подразделение по населению ООН.

Рисунок 2. Распределение населения Германии по полу и возрасту (2022 г.)



Источник: Федеральное статистическое управление Германии

48% населения Германии составляет в возрасте 15–54 лет и в 2022 году средний возраст жителей составляет 44,9 года, что намного выше мирового среднего в 30 лет. К 2050 году ожидается, что средний возраст достигнет 49,2 лет, примерно на уровне мирового среднего в 35,9 лет. Это указывает на старение населения, и по сравнению с другими странами Европы будет считаться старой страной. В демографическом разрезе преобладают женщины (Рисунок 2)⁸.

Экспортерам очень важно учитывать половозрастной состав и тенденции в его изменениях при разработке экспортных стратегий и продуктов, которые могут быть наиболее востребованы в различных целевых аудиториях рынка Германии.

Наряду с населением Германии очень важным аспектом является понимание рынка труда и туристического сектора, которые также вносят вклад в объемы потребления товаров и услуг. Для экспортеров важно будет знать, что за последние 6 лет количество работоспособных женщин увеличилось на 656 тыс., а мужчин на 298 тыс.

Рисунок 3. Статистика рабочей силы Германии (старше 15 лет), тыс. чел.



Источник: Международная организация труда

⁸ Портал GENESIS-Online Федерального статистического управления Германии.

Очень важным сектором для продвижения продукции на экспорт является сектор туризма. Поэтому экспортерам важно следить за статистикой по туристическому сектору, особенно для экспортеров, которые нацелены на сегмент Хорека⁹. В 2021 году сектор сильно пострадал от пандемии Covid-19, и размещение частных посетителей было запрещено до конца мая. Доковидный уровень 2019 года был превышен в 2022 году. В 2019 году местные и международные посетители забронировали 37,2 миллиона ночевок в Германии через онлайн-платформы. Для сравнения, в 2022 году количество ночевок было на 3,6% выше согласно данным Евростат.

Социальный и культурный состав туристов также важный аспект для того, чтобы иметь представление о потребителях продукции в сегменте Хорека. Для планирования экспорта необходимо понимать откуда приезжают туристы в Германию. Следует отметить, что большая количество туристов приезжает из Европы 80%, существенно приблизившись к абсолютным значениям допандемийных показателей.

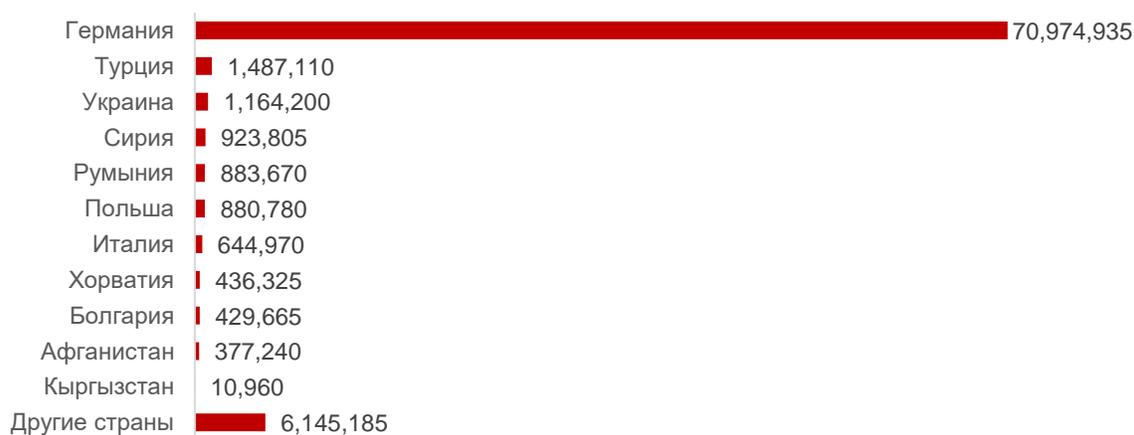
Таблица 1. Туристы Германии в разбивке по регионам

Регионы	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всего	34 970	35 555	37 452	38 881	39 563	12 449	11 688	28 463
Африка	274	263	271	273	284	74	62	195
Америка	3 487	3 509	3 890	4 085	4 142	797	874	3 046
Восточная Азия и Тихий океан	3 556	3 489	3 889	3 965	3 963	579	314	1 203
Европа	25 951	26 568	27 635	28 681	29 489	10 595	10 048	23 044
Ближний Восток	698	673	661	636	604	96	166	405
Южная Азия	213	231	269	290	307	56	43	160
Другие	791	823	837	952	774	252	182	410

Источник: Всемирная туристическая организация ООН

В Германии не ведется статистика по национальному признаку, а ведется по гражданству. При этом самыми большими группами являются граждане Турции (1,8%), Украины (1,4%), Сирии (1,1%), Румынии (1,0%) и Польши (1,0%) (Рисунок 4).

Рисунок 4. Состав населения Германии по гражданству (2023), млн чел.



Источник: Федеральное статистическое управление Германии

⁹ Хорека (англ. HoReCa Hotels, Restaurants, Catering) – сегмент рынка гостиниц, ресторанов и кейтеринга.

Немаловажно при планировании экспорта учитывать и технологические аспекты, связанные с потреблением товаров и услуг, которые будут рассмотрены в следующем разделе.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

На поведение потребителей Германии влияют различные тенденции, но наиболее ярко влияет цифровизация жизнедеятельности.

В 2022 году в Германии Интернетом будут пользоваться 92,5% населения, а в 2027 году эта цифра вырастет до 96,4%. Проникновение Интернета в Германии очень велико, и в 2017 году в стране наблюдался устойчивый рост электронной коммерции. Использование Интернета в бизнесе выросло: в 2022 году 60,0% предприятий разместили и 21,9% получили заказы онлайн (по сравнению с 55,6% и 25,7% соответственно в 2017 году). Население Германии также становится все более технически подкованным и предпочитает использовать цифровые решения для своих повседневных нужд. В 2022 году 33,9% населения использовали Интернет для продажи товаров и услуг (по сравнению с 31,0% в 2017 году), а 69,3% использовали интернет-банкинг (56,0% в 2017 году), что указывает на расширение потенциала электронной коммерции и электронной торговли.

Показатели Германии в Глобальном индексе инноваций, опубликованном в 2022 году Всемирной организацией интеллектуальной собственности, были одними из лучших в мире, заняв 8-е место из 132 стран. Его лучшие показатели достигаются в сфере человеческого капитала и исследований, а также творческих результатов благодаря солидным инвестициям в исследования и разработки (НИОКР), а также высокой доле высшего образования, особенно в секторах, связанных с технологиями. Действительно, расходы на НИОКР в 2022 году составили 3,3% ВВП, что превышает 2,2% в среднем по ЕС. Это указывает на постоянное внимание Германии к инновациям, которые повысят общую конкурентоспособность страны.

Рисунок 5. Факторы, влияющие на совершение онлайн покупок в Германии и мире

N=918; % от респондентов

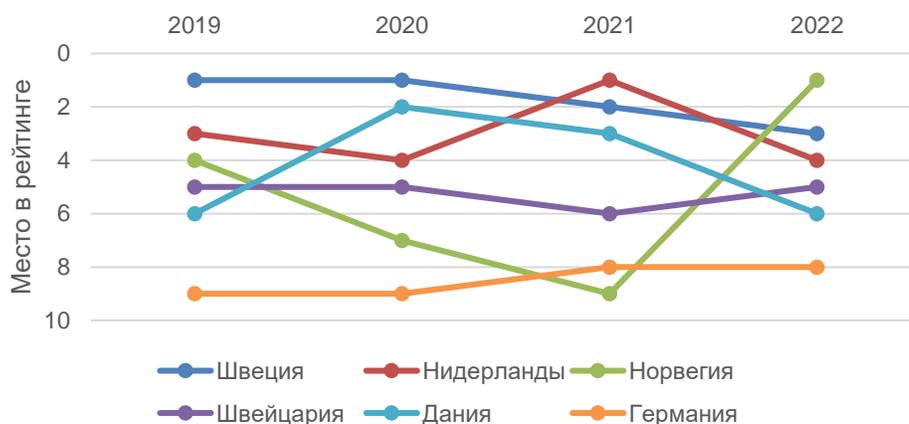


Источник: Euromonitor International

В рамках Цифровой стратегии 2025 Германия обозначила ряд целей, специально направленных на цифровое образование. Это включает в себя цель, чтобы к 2025 году все школьники имели базовые знания в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), которые также будут охватывать алгоритмы программирования. Другая цель состоит в том, чтобы к 2025 году рабочее место стало основным местом, где новейшие знания в области ИКТ будут доступны людям. Кроме того, к 2025 году все финансируемые государством учебные заведения должны сделать свои учебные материалы доступными в Интернете. этапы развития личности должны дать стране конкурентное преимущество.

Германия заняла 8-е место из 134 стран мира в Индексе сетевой готовности (NRI) 2022. Страна зафиксировала лучшие показатели по компонентам «технологии» и «воздействие» NRI, заняв 7-е и 8-е места соответственно. Хорошие результаты по компоненту «Технологии» указывают на высокий уровень технологий, который является важным условием для участия страны в четвертой промышленной революции (эпохе цифровых технологий), в то время как высокая позиция по компоненту «Влияние» указывает на сильное экономическое, социальное и человеческое воздействие участие в сетевой экономике. «Законодательство об электронной коммерции», «Социально-экономический разрыв в использовании цифровых платежей» и «Расходы правительства и высшего образования на НИОКР» получили особенно высокие оценки в рейтинге NRI 2022¹⁰.

Рисунок 6. Индекс сетевой готовности



Источник: *Networkreadinessindex.org*

Для экспортеров из КР также следует понимать увеличивающиеся тенденции цифровизации, а также понимать какие новые игроки занимают более высокие доли на рынке.

ОБЗОР ЛОГИСТИКИ

Индекс эффективности логистики, разработанный Всемирным банком, измеряет уровень удобства логистических систем в разных странах. За последние 5 лет Германия потеряло лидерство в этом рейтинге, опустившись с первого места на две строчки по сравнению с 2018 годом и заняли 3-е место. Германия регулярно занимает высокие позиции в рейтинге, что говорит о развитой транспортно-логистической системе.

¹⁰ Отчет Евромонитор Интернэшнл «PEST-анализ Германии». Июнь, 2023.

Рисунок 7. Показатели Германия в Индексе эффективности логистики в 2023 году



Источник: Всемирный банк

На сегодняшний день многие экспортеры Кыргызстана могут отправлять свою продукцию в Германию различными маршрутами.

Автомобильная перевозка

На сегодня грузоперевозки автотранспортом осуществляются по следующему маршруту Кыргызстан – Казахстан – Россия – Беларусь – Польша - Германия. Ввиду ограниченного спроса и глобального роста цен на логистику на сегодня цены могут варьироваться от 5 тыс. долларов США (грузовик 22 тонны, тентованный) до 8 тыс. долларов США (грузовик 22 тонны, рефрижератор). Ориентировочные сроки перевозки составляют 15-20 дней¹¹.

Авиаперевозки

Груз может быть доставлен регулярными авиалиниями или грузовым чартером с использованием авиатранспорта. Из Кыргызстана в Германию нет прямых рейсов, но летают с пересадкой в Стамбуле несколько авиакомпаний, среди следует отметить следующие¹².

Таблица 2. Список регулярных авиасообщений между КР и Германией

Авиакомпания	Направления рейсов	Частота рейсов
Turkish Airlines	Бишкек – Стамбул – Берлин, Бремен, Кельн, Дюссельдорф, Фридрихшафен, Франкфурт, Гамбург и обратно	Ежедневно
Pegasus	Шарджа – Бишкек – Берлин, Бремен, Кельн, Дортмунд, Дюссельдорф, Фридрихшафен, Франкфурт, Гамбург, Ганновер, Лейпциг, Мюнхен, Нюрнберг, Штутгарт и обратно и обратно	Ежедневно

Ценообразование логистических услуг авиаперевозки в Германию варьируется от типа продукции. Минимальные цены на авиаперевозки начинаются от 2,5 долл. США / кг. Скорость перевозки в течение 2–3 суток с учетом выгрузки и таможенного оформления.

¹¹ Сайт della.kg.

¹² Сайт международного аэропорта «Манас» <http://www.airport.kg/>

ОБЗОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Показатели роста национальной экономики

В 2022 году ВВП Германии достиг отметки в 4085,7 миллиардов долларов США. В 2022 году в экономике Германии наблюдалось замедление роста до 1,9%, что ниже среднего роста в 3,6% в Западной Европе. Более медленный рост частных расходов и валового накопления основного капитала привели к замедлению экономических показателей страны. Неопределенность остается высокой из-за сильной волатильности цен на энергоносители, высокой инфляции, снижающей реальные доходы и сбережения, а также снижения частного потребления. Несмотря на ослабление внешнего спроса, ожидается, что рост экспорта восстановится в 2023 году благодаря устранению узких мест в цепочке поставок и рекордно большому количеству невыполненных заказов.

Ожидается, что в период 2022–2027 годов среднегодовой темп роста экономики Германии составит 1,1%, что ниже среднего показателя по Западной Европе (1,4%). Ожидается, что сектор услуг станет основным драйвером экономического роста, на его долю придется 69,7% от общей валовой добавленной стоимости (ВДС) в 2022 году. Прогнозируется, что сектор финансовых услуг, недвижимости и бизнес услуг останется крупнейшим вкладчиком в экономику, что составляет 28,0% от общей ВДС¹³.

Рисунок 8. ВВП Германии в текущих ценах, млрд. долл. США



Источник: Международный Валютный Фонд

Один из показателей экономического благосостояния страны – это ВВП на душу населения, который косвенно отражает покупательную способность граждан и служит ориентиром для экспортеров. В 2022 году в Германии этот показатель составил 48,756 тысячи долларов США, что примерно в 4 раза превышает средний мировой уровень. А ВВП на душу населения по паритету покупательной способности (ППС¹⁴) в тот же период составил 64,086 тысяч долларов США. В перспективе до 2028 года также ожидается увеличение этого показателя, с прогнозируемыми значениями 65,212 тысяч долларов США и 78,211 тысяч долларов США соответственно по ППС.

¹³ Отчет Евромонитор Интернэшнл «Германия: экономика, финансы и торговля». Март, 2023.

¹⁴ ВВП на душу населения ППС – показатель Внутреннего валового продукта на душу населения по паритету покупательской способности.

Рисунок 9. ВВП по отраслям экономики в 2022 г. (в текущих ценах, евро)



Источник: Федеральное статистическое управление Германии

Ни один сектор не играет доминирующей роли в экспортном профиле или структуре экономики Германии. Следовательно, диверсификация экспорта и экономики в некоторой степени защищает Германию от потрясений спроса и предложения, которые могут оказать непропорционально негативное влияние на развитие производства. Кроме того, ее диверсифицированная экспортная база снижает уязвимость к колебаниям мировых цен на сырьевые товары, хотя ее зависимость от импортируемых энергоносителей повышает ее зависимость от мировых цен на нефть и газ¹⁵.

Показатели денежно-кредитной политики

УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ

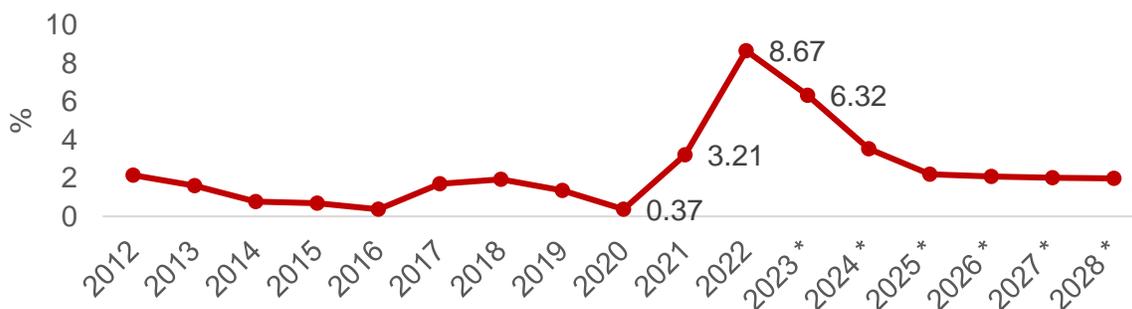
Немецкая экономика продемонстрировала устойчивость после прекращения поставок российского газа в прошлом году, при этом удалось избежать крайне неблагоприятных сценариев повсеместного дефицита энергии. Инфляция резко выросла, поскольку шок цен на энергоносители усугубил существующие узкие места в поставках, связанные с пандемией, хотя сейчас инфляция падает, так как эти последствия начинают ослабевать. Финансовая система Германии в целом остается хорошо капитализированной и ликвидной, но банковские потрясения в других странах с развитой экономикой в начале этого года, тем не менее, усилили внимание к потенциальным рискам финансовой стабильности, связанным с ростом процентных ставок.

Инфляция в 2022 году составила в среднем 8,7%, половина из которых приходится на энергоносители. Хотя инфляция на энергоносители существенно снизилась благодаря снижению мировых цен и началу снижения цен на газ/электричество, базовая инфляция (инфляция без учета энергоносителей и необработанных продуктов питания) продолжала расти до марта 2023 года, отражая отложенные побочные эффекты от инфляции энергоресурсов и ограниченный рынок труда. Следовательно, базовая инфляция сейчас превышает общий уровень (6,7% против 6,3% по состоянию на май 2023 года). Базовая инфляция имеет широкую основу: около половины ее компонентов в настоящее время

¹⁵ Отчет Евромонитор Интернэшнл «PEST-анализ Германии». Июнь, 2023.

имеют инфляцию более 4%, при этом наиболее резкий рост цен наблюдается в сфере переработанных пищевых продуктов и туристических услуг¹⁶.

Рисунок 10. Инфляция Германии в период 2012-2022 гг. и ее прогноз до 2028 г.



Источник: Международный Валютный Фонд

В ноябре 2023 года президент Федерального статистического управления Германии, Рут Брэнд заявила, об ожиданиях того, что уровень инфляции в стране будет оставаться высоким в средне- и долгосрочной перспективе. Особенно заметным для потребителей является рост цен на продукты питания и энергоносители, обусловленный продолжающимся влиянием длительной войны и кризиса. Также рост цен на потребительском уровне в настоящее время замедляется, госпожа Брэнд подчеркивает, что годовой уровень инфляции на продукты питания продолжает снижаться и большинство энергоносителей за год тоже подешевели¹⁷.

КУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

В 2002 году, при введении евро в Германии, возникали опасения и недовольство из-за ценового роста, что привело к репутации "Teuro" ("teuer" по-немецки означает "дорого"). Несмотря на начальные трудности, переход на евро был успешно осуществлен благодаря усилиям центральных банков, финансовых учреждений и торгового сектора.

Сегодня, спустя 20 лет, единая европейская валюта остается стабильной, несмотря на вызовы, такие как финансовый кризис 2008–2009 годов и пандемия коронавируса. Несмотря на попытки политических оппонентов и отдельных экономистов объявить "неудачу" евро, большинство граждан ЕС поддерживают валютный союз¹⁸.

Для компаний, планирующих экспорт в Германию, важно наблюдать за динамикой евро. Для этого можно следить за индексом EUR.

¹⁶ Германия. Страновой доклад МВФ № 23/258. Июль, 2023.

¹⁷ «Инфляция в Германии упала до самого низкого уровня за последние два года». Сайт Deutsche Welle, ноябрь 2023.

¹⁸ «Юбилей евро: 20 лет в Германии и Европе». Информационный портал Germania-Online, декабрь 2021.

Рисунок 11. Динамика индекса EURUSD за последние 5 лет.



Источник: tradingview.com

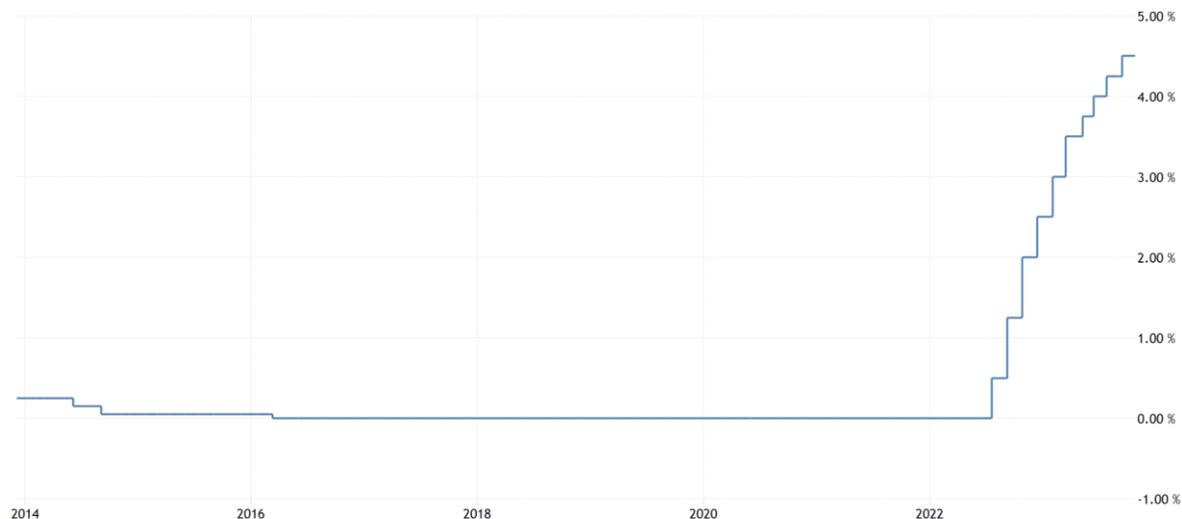
УРОВЕНЬ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК

Процентные ставки существенно выросли за последний год, отражая фактическое и ожидаемое ужесточение денежно-кредитной политики ЕЦБ (далее – Европейского центрального банка), при этом реальный рост кредитования стал отрицательным. Опросы ЕЦБ показывают, что спрос на кредиты со стороны домохозяйств и компаний снизился из-за более высоких процентных ставок и снижения инвестиций. Банки сообщают, что восприятие риска является ключевым фактором ужесточения стандартов кредитования, что в основном отражается в более высокой процентной марже, а также в более высоких требованиях к залому и более низком соотношении кредита к стоимости. Более жесткие условия кредитования охлаждают ранее горячий рынок жилой недвижимости, цены на который сейчас падают.

Тем не менее, цены по-прежнему на 20 и 40 процентов выше исторических средних соотношений цены к доходу и цены к арендной плате соответственно. Аналогичным образом, кредитный разрыв в Базеле по состоянию на четвертый квартал 2022 года по-прежнему составлял положительные 4,3 процента ВВП, что отражает оживленное кредитование в годы, предшествовавшие 2022 году. В реальном выражении цены на торговую недвижимость и офисы падали с 2017 и 2020 годов соответственно, что отражает также изменения, связанные, среди прочего, с ростом активности электронной коммерции и удаленной работой¹⁹.

¹⁹ Германия. Страновой доклад МВФ № 23/258. Июль, 2023.

Рисунок 12. Динамика процентной ставки ЕЦБ (10 лет)



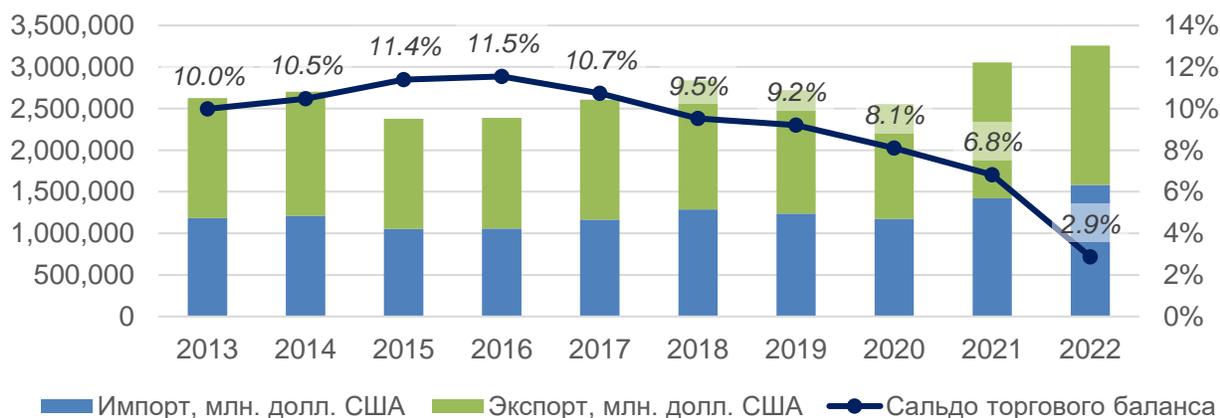
Источник: *tradingeconomics.com*

Евро удерживал позиции около уровня \$1,07, поскольку инвесторы внимательно следили за множеством экономических отчетов, включая обновленные данные о ВВП еврозоны, инфляции и моральном состоянии инвесторов. В то же время в центре внимания остаются ключевые выступления представителей ЕЦБ, а также осенние экономические прогнозы Европейской комиссии. В начале ноября 2023 года президент ЕЦБ Кристин Лагард подтвердила, что процентные ставки останутся ограничительными в течение нескольких кварталов. Между тем, недавний опрос Bloomberg указал на потенциальное падение инфляции в еврозоне ниже целевого показателя в 2% к началу 2025 года, что является более ранним сроком, чем прогнозировал ЕЦБ, что предполагает возможность первоначального снижения ставки в июне 2024 года²⁰.

Показатели внешней торговли

В 2022 году объем товарооборота увеличился на 6,7%, преимущественно из-за роста импорта на 11,3% и экспорта на 2,8%.

Рисунок 13. Показатели внешнеторгового оборота Германии 2013–2022 гг.



Источник: *Федеральное статистическое управление Германии*

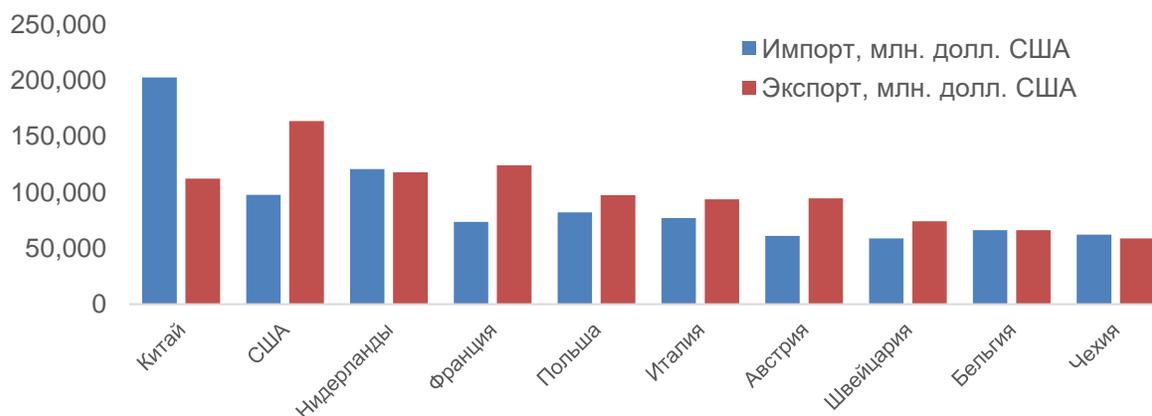
²⁰ *tradingeconomics.com*.

За последние 5 лет внешнеторговый оборот Германии снижался в 2019 по 2020 годы, но резко возрос на 20% в 2021 году по сравнению с предыдущим годом.

ОСНОВНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ

Для Германии ведущими 10 торговыми партнерами являются развитые страны ОЭСР, такие как США, Нидерланды, Франция, Польша, Италия, Австрия, Швейцария, Бельгия и Чехия, а также Китай. Вышеперечисленные страны составляют 59% от общего внешнеторгового оборота Германии.

Рисунок 14. Топ-10 торговых партнеров Германии в 2022 г.²¹



Источник: Федеральное статистическое управление Германии

Анализ географической структуры импорта и экспорта Германии показывает относительно высокую степень концентрации.

В 2022 году 57% импорта Германии пришлось на 10 стран-экспортеров. Основные показатели и продукция, импортируемая в Германии, представлены в Таблица 4. Китай занимает лидирующую позицию с импортом на сумму 202,8 млрд. долларов США, что является увеличением на 20% по сравнению с 2021 годом. За Китаем следуют Нидерланды с импортом на сумму 120,8 млрд. долларов США и ростом на 9% за последний год. Большинство импорта из топ-10 стран оставалось положительным за последние 5 лет, за исключением Франции (-1%).

В 2022 году 60% экспорта Германии пришлось на 10 стран-импортеров. **Error! Reference source not found.** представляет основные показатели и продукцию, экспортируемую из Германии. Лидером по абсолютному объему экспорта стали США 164 млрд. долларов США при темпе роста к 2021 году 14%. Как и в случае с импортом, экспорт из Германии растет в топ-10 стран за последние 5 лет, за исключением Великобритании (-6%).

ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

В 2022 году основной объем экспорта из Германии был сконцентрирован в 10 отраслях, которые составили около 69% от общего экспорта. Наибольшую долю занимали средства наземного транспорта (15,6%), машины и механическое оборудование (15,3%), электрическое оборудование (10,7%) и фармацевтика (7,5%).

Не все лидирующие отрасли продемонстрировали положительную динамику с 2018 по 2022 год. Экспорт фармацевтики вырос на 9%, топливо на 16%, пластмасс на 4%, черных металлов на 8%.

²¹ На основе данных зеркальной статистики.

Таблица 3. ТОП-10 экспортных отраслей Германии, млрд. долл. США

Наименование товара	2018	2019	2020	2021	2022
Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и ...	263,9	244,6	211,4	246,8	257,9
Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части	272,5	261,2	236,5	269,1	253,5
Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, ...	164,0	158,5	152,0	176,5	176,8
Фармацевтическая продукция	96,4	90,3	97,8	118,1	124,1
Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, ...	80,0	79,5	74,5	83,9	78,9
Пластмассы и изделия из них	67,7	62,9	60,1	76,2	75,0
Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные	33,2	34,0	26,2	43,1	61,7
Черные металлы	29,1	25,5	22,1	32,9	37,4
Товары, нигде не указанные	38,0	35,3	30,6	36,6	37,2
Прочие химические продукты	27,1	26,2	27,1	33,2	35,5

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

На долю 10 крупнейших отраслей импорта пришлось 67% от общего значения импорта в Германию. Наибольшие доли в импорте занимали топливо (13%), электроника (13%), а также машины и оборудование (11%), что показывает отсутствие зависимости от определенных товаров.

Таблица 4. ТОП-10 импортных отраслей Германии, млрд. долл. США

Наименование товара	2018	2019	2020	2021	2022
Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные	116,0	109,0	76,4	127,5	207,1
Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, ...	159,5	151,6	150,2	180,7	201,4
Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части	165,4	160,7	150,6	176,8	174,0
Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и ...	133,6	137,1	124,3	134,8	137,0
Фармацевтическая продукция	57,2	58,6	65,6	79,3	79,4
Органические химические соединения	46,2	40,9	37,7	40,4	66,7
Пластмассы и изделия из них	48,6	44,6	41,7	55,1	56,5
Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, ...	44,2	44,0	42,8	49,1	47,0
Черные металлы	33,2	27,4	21,6	35,4	39,3

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

РАЗДЕЛ 2: ВНЕШНЕТОРГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТА

ОПИСАНИЕ ТОРГОВОГО РЕЖИМА ГЕРМАНИИ (ЕВРОСОЮЗА)

Европейский Союз (до 30 ноября 2009 года официально известный в ВТО как Европейские сообщества) является членом ВТО с 1 января 1995 года. Государства-члены ЕС также являются самостоятельными членами ВТО. ЕС — единый таможенный союз с единой торговой политикой и тарифами.

Европейский союз (ЕС) представляет собой таможенный союз, объединяющий 27 стран-членов в единую территорию для таможенных целей. Это означает отсутствие таможенных пошлин между странами-членами, применение общего таможенного тарифа для импорта

извне ЕС и свободное перемещение товаров без дополнительных таможенных проверок после легального ввоза.

Этот таможенный союз приносит преимущества предприятиям, таким как доступ к рынку более чем 400 миллионов потребителей, удобный доступ к поставщикам и потребителям, снижение затрат на производство и широкие коммерческие возможности. Таможенная территория ЕС включает 27 государств-членов и дополнительные территории, такие как Княжество Монако.

Германия, являясь членом ВТО, по отношению к КР применяет торговый режим – режим наибольшего благоприятствования. При этом будучи членом ЕС Германия применяет одностороннее преференциальное торговое соглашение Всеобщая система преференций Плюс (ВСП+), которое действительно по отношению к КР²².

Существует три основных института, участвующих в разработке политики и принятии законодательства, которое применяется на всей территории ЕС: Европейская комиссия, Совет Европейского Союза и Европейский парламент. В принципе, Комиссия предлагает новые законы, а Совет и Европейский Парламент принимают их в соответствии с «Обычной законодательной процедурой». Законодатели ЕС часто ссылаются на принцип предосторожности в ущерб инновациям.

ЕС обладает исключительными полномочиями в области регулирования торговли товарами. Когда дело доходит до услуг и интеллектуальной собственности, полномочия разделены между Еврокомиссией и государствами-членами. Прецедентное право Суда ЕС требует, чтобы Европейская Комиссия и европейские государства-члены работали в тесном сотрудничестве, чтобы гарантировать, что Европа говорит одним голосом, особенно в ВТО. Таким образом, **Европейская комиссия** организует торговую политику в тесной координации с государствами-членами. Эта координация происходит еженедельно на заседании Комитета по торговой политике Европейского совета.

Федеральное министерство экономики и борьбы с изменением климата отвечает за определение позиции Германии по ряду вопросов торговой политики и за представление правительства Германии на европейском и международном уровне²³.

Являясь членом таможенного союза ЕС, Германия имеет соглашения о свободной торговле со странами, которые заключили соответствующие соглашения с ЕС. Соглашения о свободной торговле (ССТ) являются ключевым компонентом торговой политики ЕС. Имея в настоящее время 44 ССТ, Европейский Союз располагает крупнейшей сетью ССТ в мире. Эта сеть охватывает 76 стран, включая некоторых основных торговых партнеров ЕС (например, Швейцарию и Великобританию), и на ее долю в 2021 году приходилось около 44% общего объема товарной торговли Европейского Союза.

В рамках своих ССТ ЕС отменил пошлины по 78,4–99,9% своих тарифных позиций по сравнению с 27% тарифных позиций в рамках режима РНБ. Тем не менее, большая часть беспошлинного импорта осуществлялась в рамках режима РНБ. В 2021 году около половины (55%) общего импорта ЕС было беспошлинным на основе режима наибольшего благоприятствования, а 15% импорта было беспошлинным на основании ССТ²⁴.

²² Официальный сайт Европейского Союза https://policy.trade.ec.europa.eu/development-and-sustainability/generalised-scheme-preferences_en

²³ Официальный сайт Федерального министерства экономики и борьбы с изменением климата Германии.

²⁴ Обзор торговой политики Евросоюза. ВТО, сентябрь 2023.

Рисунок 15. Сеть торговых соглашений ЕС (по состоянию на декабрь 2022 года)



Источник: ВТО

Европейский Союз (ЕС) упрощает торговлю с развивающимися странами, предоставляя им преференции, в том числе через схему Всеобщей системы преференций (ВСП). За последний период основные изменения включают подготовку нового регламента ВСП, расширение преференциального режима для стран Западных Балкан и обновление списка бенефициаров. ВСП включает три режима (стандартный ВСП, ВСП+ и ЕВА²⁵), каждый предоставляя разные льготы в зависимости от уровня развития страны. ЕС может временно лишать преференций страны, не соответствующие условиям, а также использовать защитные меры.

В 2022 году список бенефициаров ВСП включал 66 стран, большинство из которых подпадало под схему ЕВА. ЕС исключил из списка несколько стран, в том числе Экваториальную Гвинею и Армению. В список бенефициаров ВСП+ входит Кыргызская Республика.

ЕС также поддерживает преференциальную схему для Западных Балкан, продленную до 2025 года, и схему для заморских стран и территорий²⁶, связанных с ЕС.

²⁵ ЕВА – (с англ. Everything But Arms – «Все, кроме оружия») это инициатива ЕС, согласно которой весь импорт в ЕС из наименее развитых стран осуществляется беспошлинно и без квот, за исключением вооружений. ЕВА вступило в силу 5 марта 2001 г.

²⁶ 13 заморских стран и территорий (на англ. OCTs - Overseas Countries and Territories), связанных с ЕС. OCT расположены в Атлантическом, Антарктическом, Арктическом, Карибском, Индийском и Тихоокеанском регионах. Все они являются островами. Они не являются суверенными странами и в разной степени зависят от 3 членов ЕС, а именно от Дании, Франции и Нидерландов.

Предложение о регулировании новой схемы ВСП на 2024–2034 годы находится на рассмотрении, с изменениями для лучшего охвата бенефициаров и поддержки экологических целей ЕС.

Кратко о системе REX для получения преференций ВСП+ ЕС в отношении импорта из КР:

27 января 2016 года Кыргызская Республика получила статус пользователя схемы Всеобъемлющей системы преференций плюс (ВСП+), открывая доступ к рынку 28 стран ЕС. Целью этого статуса было содействие экспорту кыргызских товаров, интеграция в мировую торговую систему и улучшение инвестиционной привлекательности страны.

В рамках ВСП+ Кыргызстан имеет таможенные льготы на 6200 товарных позиций, что приводит к экономии на таможенных пошлинах. Схема также способствует повышению инвестиционной привлекательности и узнаваемости страны за счет расширения преференциальных рынков сбыта и подтверждения соответствия требованиям международных конвенций в области прав человека, труда и охраны окружающей среды.

Преференции ВСП+ применимы к широкому спектру товаров, включая фрукты, овощи, текстиль, продукцию животноводства, химическую продукцию и другие. Тем не менее, важно отметить, что стандарты качества товаров остаются неизменными, и ВСП+ предоставляет только тарифные преференции.

Часто вашему поставщику необходимо предоставить доказательство происхождения продукта в соответствии с правилами происхождения соглашения. Этим доказательством может быть сертификат происхождения или декларация о происхождении, выданная уполномоченным экспортером или зарегистрированным экспортером (в системе REX), который также должен предоставить свои номера авторизации или регистрации.

Уполномоченным органом в КР за регистрацию в системе REX является Национальное агентство по инвестициям при Президенте КР. Более подробно о регистрации в системе REX Вы можете на экспортном портале КР:

<https://export.gov.kg/ru/for-exporters/rex>

ВАЖНО ПОМНИТЬ:

Данная публикация служит для помощи в планировании экспорта на этапе предэкспортной подготовки, но она не служит руководством для реализации внешнеторговых операций.

Рекомендуется готовить необходимую документацию и подготовку отгрузки продукции на основании консультаций с транспортными, брокерскими и таможенными организациями.

Настоятельно рекомендуется, чтобы экспортеры проверяли полный набор импортных требований со своими иностранными клиентами, которые могут уточнять такие вопросы с местными органами до отправки товаров.

ТАМОЖЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМПОРТА

Будучи членом ЕС, Германия соблюдает все директивы, правила и обязательства ЕС, если таковые имеются. Поскольку ЕС является таможенным союзом, все государства-члены применяют одинаковые импортные пошлины на товары, импортируемые из-за пределов ЕС, на основе тарифной классификации товаров и таможенной стоимости.

Федеральное таможенное управление (FCO²⁷) реализует таможенную политику в соответствии с законодательством ЕС, как и все национальные таможенные органы членов ЕС.

«Таможенный кодекс Союза» (УСС²⁸), утвержденный Регламентом Европейского парламента и Совета 952/2013, представляет собой общее регулирование таможенных процедур в ЕС. Регламенты 2015/2446 и 2015/2447 Комиссии детализируют положения УСС, включая информацию о тарифах и происхождении товаров.

Кодекс охватывает таможенные процедуры для торговли с третьими странами. Ввозные пошлины определяются тарифной классификацией и стоимостью товаров. Создание таможенного союза в ЕС обеспечивает единые тарифы для государств-членов. После таможенной очистки товар может свободно перемещаться по всему ЕС.

Все трейдеры должны предоставить данные о безопасности товаров таможенным органам до импорта в ЕС. Информация варьируется в зависимости от транспортного средства. Система таможенных решений, введенная в 2017 году, облегчает получение разрешений на импорт в ЕС.

Таможенные тарифы

ЕС продолжал применять тарифы к большей части торговли режимом наибольшего благоприятствования, при этом общая средняя применяемая ставка составила 6,5%. Связанные ставки находились почти на уровне применяемых ставок, т.е. 6,6%, что означает очень небольшой излишек связывания. Однако общий средневзвешенный по объему торговли показатель составил 1,1%, что составляет около одной шестой от простого среднего показателя, что отражает значительную торговлю продуктами, которые не облагаются пошлиной или имеют относительно более низкие пошлины.

ПРИМЕНЯЕМЫЙ ТАРИФ РНБ

Структура и профиль тарифов остаются стабильными; ставки пошлин почти не изменились. Простой средний тариф немного вырос с 6,3% до 6,5% из-за изменений адвалорных эквивалентов (AVE) для неадвалорных пошлин. Неадвалорные пошлины составляют около 10% всех тарифных позиций, влияя на общие средние показатели.

Высокие тарифы сохраняются в сельскохозяйственном секторе²⁹, особенно в подсекторах молочной продукции, животноводства, сахара и кондитерских изделий. В подсекторах напитков, фруктов и овощей присутствуют тарифные пики, в основном из-за высоких AVE. Средние тарифы в промышленности, за исключением рыбы, рыбопродуктов и одежды, остаются низкими, но различия между сельскохозяйственной и несельскохозяйственной продукцией значительны, с высоким использованием неадвалорных тарифов в сельском секторе.

ЕС изменял импортные пошлины на зерновые согласно ценам CIF³⁰ в результате политики общей организации некоторых сельскохозяйственных рынков. Методология установления импортных пошлин привела к нулевым ставкам при соблюдении определенных критериев конечного использования и транспортировки, оставаясь в силе до конца обзорного периода. Ставки на шелушащийся рис были также скорректированы в течение периода, последний раз в сентябре 2022 года после переговоров с США.

²⁷ FCO – the Federal Customs Office. Сайт Федерального таможенного управления <https://www.zoll-portal.de>

²⁸ UCC – the Union Customs Code.

²⁹ По классификации ВТО.

³⁰ CIF – (с англ. Cost Insurance Freight) .

Таблица 5. Структура тарифов³¹ в 2019 и 2022 годах, включая ВСП+

	Применяемые тарифы РНБ		Связанные тарифные ставки 2022 ³²
	2019	2022	
Связанные тарифные линии (%-ая доля в тарифных линиях)	100	100	100
Простое среднее значение тарифов	6,3	6,5	6,6
Продукция сельского хозяйства (по ВТО)	14,2	14,9	15,1
Продукция не сельского хозяйства (по ВТО)	4,2	4,3	4,4
Беспошлинные тарифные линии (%-ая доля в тарифных линиях)	27,0	26,7	25,6
Простой средний тариф облагаемых пошлинами линий	8,7	8,9	9,0
Тарифные квоты (%-ая доля в тарифных линиях)	4,5	4,7	4,7
Неадвалорные тарифы (%-ая доля в тарифных линиях)	10,7	10,5	10,6
Пики внутренних тарифов (%-ая доля в тарифных линиях)	5,5	5,9	6,2
Пики международных тарифов (%-ая доля в тарифных линиях)	8,5	9,3	9,5
Общее количество тарифных линий	9 533	9 736	9 736
Беспошлинные тарифные линии	2 572	2 603	2 495
Адвалорные тарифные линии	8 512	8 718	8 701
Специфические тарифы	674	675	685
Сложные тарифы	199	200	202
Смешанные тарифы	64	64	62
Другие тарифы	84	79	86
Тарифы ВСП+			
Простое среднее значение тарифов			2,1
Продукция сельского хозяйства (по ВТО)			9,7
Продукция не сельского хозяйства (по ВТО)			0,0
Беспошлинные тарифные линии (%-ая доля в тарифных линиях)			89,2
Продукция сельского хозяйства (по ВТО) (%-ая доля в тарифных линиях)			54,4
Продукция не сельского хозяйства (по ВТО) (%-ая доля в тарифных линиях)			99,0

Источник: ВТО

Еврокомиссия предоставляет полноценную информацию о документах необходимых для таможенной очистки на портале «Trade Helpdesk»:

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

Еврокомиссия также предоставляет информацию о таможенных тарифах, правилах происхождения, налогах и дополнительных сборов, импортных процедурах, требованиях к продукции, торговых барьерах и торговой статистике на портале «Access2Markets Database»:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

Платежи и сборы, подлежащие уплате на товары, импортируемые в ЕС, могут включать:

- Импортная пошлина (выраженная как адвалорные тарифы или специальные тарифы за единицу веса/объема/количества штук) – гармонизированная в ЕС.
- Дополнительные пошлины на муку и сахар (продукты переработки) – гармонизированные в ЕС.
- Импортная цена (фрукты и овощи) – гармонизированная в ЕС.
- Экологические налоги – не гармонизированы.
- Плата за инспекцию – не гармонизирована.

³¹ В процентах, если иное не указано.

³² Связывание тарифов – это обязательство не повышать ставку пошлины сверх согласованного уровня. Если ставка пошлины установлена, она не может быть повышена без выплаты компенсации пострадавшим сторонам.

- Налог на добавленную стоимость (НДС) – не гармонизирован.
- Акцизы (алкоголь и табачные изделия) – не гармонизированы.

Доходы от продаж и услуг в Германии облагаются НДС по стандартной ставке 19% (7% - для определенных товаров). Временное снижение ставки НДС на блюда в ресторанах продлено до 31 декабря 2023 года.

НДС администрируется налоговой инспекцией округа, где налогоплательщик осуществляет бизнес. Предварительные декларации подаются ежемесячно или ежеквартально до 10-го числа следующего месяца, освобождение возможно при невысокой сумме НДС. Налогоплательщику следует подать годовую декларацию за каждый календарный год, независимо от отчетной даты деятельности предприятия.

Список ставок НДС, применимых в различных государствах-членах ЕС, можно найти по адресу:

https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm

НЕТАРИФНЫЕ МЕРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Стандартизация в ЕС

В ЕС функционирование режима ТБТ базируется на принципах гармонизации и взаимного признания для обеспечения свободного перемещения товаров внутри ЕС. Стандарты разрабатываются на уровне ЕС, и их большинство устанавливается на этом уровне. Система стандартизации регулируется четырьмя ключевыми законодательными актами, включая «Новую законодательную базу», регулиующую гармонизацию стандартов, взаимное признание и надзор за рынком. Также был принят Регламент (ЕС) 2019/515, направленный на улучшение процедур контроля и прозрачности в рамках принципа взаимного признания. ЕС активно содействует разработке экологических и цифровых стандартов, а новая стратегия по стандартизации укрепляет его роль в формировании международных стандартов. Организации CEN³³, CENELEC³⁴ и ETSI³⁵, ответственные за стандартизацию, являются единственными уполномоченными организациями для разработки европейских стандартов.

Процесс разработки нового европейского стандарта начинается с предложения европейской организации по стандартизации от заинтересованных сторон. Если Комиссия утверждает стандарт, он становится европейским гармонизированным стандартом. Каждое государство-член ЕС обязано принять его в качестве национального стандарта. Соответствующие организации по стандартизации проводят регулярные проверки стандартов каждые пять лет. В 2022 году было выпущено 1626 новых европейских стандартов, 48% из них соответствовали международным стандартам. Общее количество европейских стандартов в каталогах CEN и CENELEC составило 24 169. Когда европейские стандарты отсутствуют, национальные органы по стандартизации могут принимать национальные стандарты без участия европейской организации по стандартизации, но должны информировать Комиссию о проектах стандартов для оценки совместимости с законодательством ЕС³⁶.

³³ CEN – (с фр. Comité Européen de Normalisation) Европейский комитет по стандартизации, основной целью которого является содействие развитию торговли товарами и услугами путём разработки европейских стандартов (евронорм, EN). Организация создана в 1961 году.

³⁴ CENELEC (фр. Comité Européen de Normalisation Électrotechnique) — Европейский комитет электротехнической стандартизации, отвечающий за европейские стандарты в области электротехники.

³⁵ ETSI – (с англ. European Telecommunications Standards Institute) независимая, некоммерческая организация по стандартизации в телекоммуникационной промышленности в Европе.

³⁶ Обзор торговой политики: Европейский Союз. WTO, сентябрь 2023.

Технические регламенты и гармонизированные стандарты ЕС

Технические требования для товаров в ЕС разрабатываются на уровне ЕС и государств-членов. Эти требования могут включать в себя минимальные стандарты здоровья и безопасности. Производители несут ответственность за соответствие своей продукции этим требованиям, используя процедуры оценки соответствия, иногда с участием третьих сторон. Гармонизированные европейские стандарты служат инструментом для демонстрации соответствия, предоставляя презумпцию соответствия требованиям законодательства ЕС. В 2022 году около 13% всех европейских стандартов были гармонизированными. Производителям, использующим такие стандарты, обычно разрешается самосертификация, что облегчает процедуры соответствия и маркировку продукции CE. Однако, в некоторых случаях, производители, не использующие гармонизированные стандарты, могут подвергнуть свою продукцию оценке соответствия третьей стороной.

Знак CE обязателен для 27 категорий продукции, подпадающих под законодательство «нового подхода» и имеющих гармонизированные европейские стандарты. С июля 2021 года определенные товары, включая онлайн-продажи, также требуют этикетку с контактными данными ответственного экономического оператора в ЕС. Требования к маркировке могут также распространяться на определенные товары, независимо от маркировки CE, включая текстиль, обувь, косметику, пластиковую упаковку и табачные изделия. ЕС поддерживает стандартизированный режим упаковки табачных изделий с предупреждениями о вреде для здоровья. Для товаров, не регулируемых на уровне ЕС, государства-члены могут устанавливать национальные технические требования, и свободное перемещение обеспечивается принципом взаимного признания. Европейский Союз также активно участвует в системе ТБТ специфических торговых вопросов в ВТО, поднимая и отвечая на вопросы относительно мер по техническим барьерам³⁷.

Более подробно Вы сможете ознакомиться по стандартам ЕС на сайте:

<https://www.cencenelec.eu/european-standardization/european-standards/>

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

В Германии **Кодекс пищевых продуктов, товаров и кормов** (с нем. *Lebensmittel-, Bedarfsgegenstaende- und Futtermittelgesetzbuch – LFGB*) охватывает большинство правил в отношении пищевых продуктов и кормов, соответствующих директивам ЕС. Он устанавливает стандарты безопасности, здоровья и маркировки, регулирующие как отечественную, так и импортную продукцию. Импортёры несут юридическую ответственность за надлежащий маркетинг, контроль за соблюдением которого осуществляют 16 федеральных земель. Случайный отбор проб происходит в различных точках торговой цепочки, а государственные лаборатории оценивают продукцию на безопасность и соответствие требованиям. Надзор за соблюдением требований осуществляет **Федеральное управление по защите потребителей и пищевой безопасности** (с нем. *Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit – BVL*), созданный после кризиса 2002 года, вызванного «коровьим бешенством». BVL управляет рисками, а оценку рисков проводит **Федеральный институт оценки рисков** Германии (с нем. *Bundesinstitut für Risikobewertung – BfR*). BVL координирует проверки, внедряет европейскую систему быстрого оповещения и располагает национальной справочной лабораторией по обнаружению остатков вредных и загрязняющих веществ³⁸.

³⁷ Обзор торговой политики: Европейский Союз. ВТО, сентябрь 2023.

³⁸ Отчет «Регулирование и стандарты импорта продуктов питания и сельского хозяйства. Европейский Союз». Госдепартамент по сельскому хозяйству США, октябрь 2022.

Санитарные и фитосанитарные меры

Большая часть, законодательства в области пищевых продуктов гармонизированы на уровне ЕС. Импортируемые продукты должны соответствовать существующим требованиям государств-членов в тех случаях, когда гармонизация нормативных требований ЕС еще не завершена или отсутствует.

Кыргызские экспортеры должны знать, что на продукцию, не подпадающую под действие гармонизированного закона ЕС о пищевых продуктах, могут распространяться другие национальные правила.

ЕС придерживается двойного подхода при гармонизации законов о пищевых продуктах: «горизонтальное» законодательство, охватывающее аспекты, общие для всех пищевых продуктов (такие как добавки, маркировка, гигиена и т.д.), и «вертикальное» законодательство по конкретным продуктам (например, вино, какао и шоколаду). продукты, сахар, мед, фруктовые соки, фруктовые джемы, новые продукты и т. д.). Кыргызские экспортеры должны знать, что продукция, возможно, должна будет соответствовать нескольким законодательным актам. Например, правила маркировки бутилированной воды изложены в специальном (вертикальном) законодательстве, а правила маркировки аллергенов, которые также применяются к бутилированной воде, изложены в общих (горизонтальных) правилах ЕС по маркировке пищевых продуктов.

Подход ЕС к безопасности пищевых продуктов охватывает все секторы пищевой и кормовой цепочки. Регламент общего закона о пищевых продуктах 178/2002 устанавливает общие принципы, включая принцип предосторожности, а также устанавливает требования и процедуры, связанные с безопасностью пищевых продуктов и кризисным управлением. Государства-члены несут ответственность за проведение контроля пищевых продуктов с целью проверки соблюдения операторами пищевого бизнеса требований законодательства ЕС о пищевых продуктах. Регламент о гармонизированном контроле за пищевыми продуктами, Регламент 2017/625, вступил в силу в 2019 году. Действует «система быстрого оповещения» для пищевых продуктов и кормов (RASFF) для обмена трансграничной информацией при обнаружении рисков для здоровья населения в пищевой цепочке. Регламент Общего закона о пищевых продуктах также предусматривает создание Европейского агентства по безопасности пищевых продуктов (EFSA), независимого органа, который предоставляет научные консультации Европейской комиссии. Положения об общем законодательстве о пищевых продуктах, контроле за продуктами питания и кормами, гигиене продуктов питания и кормов составляют основу законов ЕС о безопасности пищевых продуктов. При пересмотре существующих правил ЕС в области пищевых продуктов или в новых правилах применяются принципы, содержащиеся в этих рамочных правилах³⁹.

На сайте Eurlex предоставлен бесплатный доступ к законодательству ЕС:

<http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

Требования к маркировке

13 декабря 2014 года Регламент ЕС «Информация о пищевых продуктах для потребителей (FIC⁴⁰)» 1169/2011 стал применяться ко всем расфасованным продуктам питания и напиткам, продаваемым в ЕС, включая импортируемые из третьих стран. Требование об обязательной декларации пищевой ценности, введенное постановлением FIC, вступило в силу в 2016 году.

Маркировка продукции должна быть точной, читаемой и легко доступной для проверки и идентификации. Она может быть нанесена на само изделие, этикетку, прикрепленную к

³⁹ Отчет «Регулирование и стандарты импорта продуктов питания и сельского хозяйства. Европейский Союз». Госдепартамент по сельскому хозяйству США, октябрь 2022.

⁴⁰ FIC – (с англ. Food Information to Consumers) Регламент ЕС «Информация о пищевых продуктах для потребителей».

изделию, товарный ярлык, упаковку изделия, упаковку группы изделий или приложенный листок к продукции.

Чтобы помочь компаниям пищевого сектора соблюдать правила ЕС по маркировке пищевых продуктов, Европейская комиссия, а также пищевые федерации ЕС опубликовали руководящие документы.

- Европейская комиссия: Уведомление о вопросах и ответах по применению Регламента 1169/2011 о предоставлении потребителям информации о пищевых продуктах (июнь 2018 г.) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0608\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0608(01))
- Европейская комиссия: Инфографика о новых правилах маркировки https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/labelling_legislation_infographic_food_labelling_rules_2014_en.pdf
- FoodDrink Europe (Конфедерация производителей продуктов питания и напитков ЕС): Руководство по предоставлению информации о пищевых продуктах потребителям. <https://www.fooddrinkeurope.eu/resource/guidance-on-the-provision-of-food-information-to-consumers/>

Целью Регламента является установление гармонизированных правил, которые применяются на всей территории ЕС. Однако Регламент FIC позволяет государствам-членам ЕС отклоняться от правил ЕС. Статья 39 Регламента FIC устанавливает условия для государств-членов ЕС по принятию дополнительных обязательных национальных мер, включая меры по маркировке страны происхождения⁴¹.

Статья 9 Регламента FIC 1169/2011 устанавливает список обязательных деклараций на этикетках пищевых продуктов и напитков:

- Название продукта питания
- Список ингредиентов.
- Аллергены.
- Количество определенных ингредиентов или категории ингредиентов.
- Чистое количество еды
- Дата минимального срока годности или «использовать до даты»
- Любые особые условия хранения и/или условия использования.
- Название предприятия и адрес производителя продукции, под именем которого продаются продукты питания. Если этот оператор не зарегистрирован в ЕС, то имя и адрес импортера.
- Страна происхождения или место происхождения в соответствии с положениями статьи 26.
- Инструкции по использованию, если без таких инструкций было бы трудно правильно использовать продукт.
- Крепость алкоголя по объему для напитков, содержащих более 1,2% алкоголя по объему.
- Декларация о пищевой ценности.

Маркировка продукции, которая продаваться на рынке ЕС, должна быть переведена на 27 языков стран-членов ЕС. Если продукция будет продаваться на территории Германия, то маркировка должна обязательно быть на немецком языке.

Важные моменты:

Экспортеры продуктов питания должны согласовать со своими клиентами (импортерами) правила, применимые к маркировке продуктов питания.

⁴¹ Отчет «Регулирование и стандарты импорта продуктов питания и сельского хозяйства. Европейский Союз». Госдепартамент по сельскому хозяйству США, октябрь 2022.

Требования к упаковке

ВАЖНО ПОМНИТЬ:

В ЕС существует обширный список требований к упаковке и контейнерам для пищевых продуктов. Экспортеры продуктов питания должны согласовать со своими клиентами (импортерами) правила, применимые к их упаковке продуктов питания.

Максимально допустимая ошибка между фактическим весом содержимого и количеством, указанным на этикетке, а также методы ее проверки зафиксированы в Директиве ЕС 76/211/ЕЕС. Маленькая буква «е» толщиной не менее 3 мм на этикетке гарантирует, что фактическое содержание соответствует указанному количеству. Размер цифр, обозначающих количество, зависит от номинального количества:

- номинальное количество более 1000 г или 100 мл: высота не менее 6 мм.
- более 200 г/20 кл, но менее 1000 г/100 кл: не менее 4 мм
- более 50 г/5 кл, но менее 200 г/20 кл: не менее 3 мм
- менее 50 г/2 кл: 2 мм. За количеством должна следовать единица измерения.

Директива 2007/45/ЕС отменила правила об обязательных размерах упаковки как на уровне ЕС, так и на национальном уровне.

Подробную информацию о «Законодательной метрологии» можно найти на сайте Европейской Комиссии.

<http://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/building-blocks/legal-metrology/>

УПРАВЛЕНИЕ ОТХОДАМИ ОТ УПАКОВКИ

Страны-члены ЕС обязаны принять меры по сокращению отходов упаковки и внедрить системы повторного использования, восстановления и переработки упаковочных материалов. Директива Совета 94/62/ЕС предусматривает меры, направленные на ограничение производства упаковочных отходов и поощрение переработки, повторного использования и других форм утилизации отходов. Хорошо известной и широко используемой программой переработки является немецкая система «зеленая точка».

Переработка упаковочных отходов — система Green Dot

1 января 2019 года новый Закон об упаковке (Verpackungsgesetz или VerpackG6) заменил Постановление Германии об упаковке и предотвращении отходов (Verordnung ueber die Vermeidung und Verwertung von Verpackungsabfaellen, или VerpackV). Закон требует, чтобы производители, импортеры и дистрибьюторы потребительских товаров, включая продукты питания, заключали договор на переработку упаковочного материала с лицензированной компанией по переработке отходов. Производители обязаны зарегистрироваться в национальном органе «Zentrale Stelle» перед размещением упакованной продукции на рынке. Зарегистрированные производители будут опубликованы на сайте Zentrale Stelle, чтобы обеспечить полную прозрачность для всех участников рынка и сократить количество халявщиков. Кроме того, все производители должны сообщать Zentrale Stelle следующие данные, связанные с упаковкой:

- Регистрационный номер (предоставляется Zentrale Stelle)
- Материал и объем упаковки, выпускаемой на рынок.
- Название схемы упаковки, заключенной производителем для выполнения его расширенной ответственности производителя.
- Срок действия соглашения с компанией/системой по переработке отходов.

Производители определяются как производители, импортеры или дистрибьюторы, которые размещают на рынке упакованные потребительские товары. В зависимости от канала сбыта кыргызским экспортерам может потребоваться или не потребоваться заключить договор с компанией по утилизации упаковки и зарегистрироваться в Zentrale Stelle. Однако даже если кыргызская компания не обязана регистрироваться напрямую, от нее может потребоваться предоставить информацию о материале и объеме ее упаковки своим клиентам, которые затем, в свою очередь, предоставляют эту информацию в своей отчетности для Zentrale Stelle.

Традиционно немецкая промышленность использовала символ «Зеленая точка», чтобы обозначить, что упаковочный материал будет перерабатываться в контролируемой системе. Зеленая точка присутствует на упаковочном материале практически всех продуктов, продаваемых в розницу в Германии. С 1 января 2009 года закон о вторичной переработке больше не требует нанесения зеленой точки на упаковку продукта, подтверждающей, что материал будет переработан надлежащим образом. Однако, если производитель или импортер решит продолжить использование символа «Зеленая точка», он должен иметь действующий лицензионный договор с Duales System Deutschland GmbH (DSD) или другой зарегистрированной компанией по переработке отходов.

Более подробную информацию можно найти на веб-сайте Европейской организации по восстановлению упаковки, который обеспечивает легкий доступ ко всем системам *Green Dot* в Европе (www.pro-e.org).

Обзор действующего законодательства ЕС, применимого к упаковке и упаковочным отходам, доступен на веб-сайте Европейской комиссии:

<http://ec.europa.eu/environment/waste/packaging/legis.htm>.

В мае 2018 года Европейская комиссия предложила новые правила, касающиеся десяти одноразовых пластиковых изделий, которые чаще всего встречаются на пляжах и морях Европы, а также потерянных рыболовных снастей. Запрет на некоторые продукты может также повлиять на упаковку пищевых продуктов. Некоторые положения Директивы (ЕС) 2019/904 о снижении воздействия некоторых пластиковых изделий на окружающую среду, такие как запрет на одноразовые пластмассовые изделия, вступили в силу 3 июля 2021 года. Это был крайний срок, в течение которого государства-члены могли перенести директиву в национальные законы, правила и административные положения. Другие положения Директивы, такие как расширенная ответственность производителей, вступят в силу к концу 2024 года.

11 марта 2020 года Европейская комиссия опубликовала План действий по созданию экономики замкнутого цикла. В Плане действий перечислены 35 действий, направленных на разработку и производство для экономики замкнутого цикла с целью обеспечить сохранение используемых ресурсов в экономике ЕС как можно дольше. В рамках этого Плана действий Комиссия объявила, что предложит новое законодательство об упаковке, упаковочных отходах, биопластиках и материалах, контактирующих с пищевыми продуктами.

Требования к продукту

ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ

«Пакет средств для улучшения пищевых продуктов» ЕС включает четыре регламента: Регламент 1331/2008 (с поправками, внесенными Регламентом (ЕС) 2019/1381 о прозрачности и устойчивости оценки рисков ЕС в пищевой цепочке) устанавливает общую процедуру разрешения пищевых добавок, пищевые ферменты и пищевые ароматизаторы, Регламент 1332/2008 о пищевых ферментах, Регламент 1333/2008 о пищевых добавках и Регламент 1334/2008 об ароматизаторах. В пищевых продуктах, продаваемых на территории

ЕС, могут использоваться только добавки, включенные в положительный список ЕС. Включение в положительный список ЕС основано на оценке риска, проведенной Европейским агентством по безопасности пищевых продуктов (EFSA).

Регламент Комиссии 234/2011 подробно объясняет, как следует составлять заявки на обновление положительных списков ЕС (содержание, требования к данным и представление). Затем EFSA проверяет пригодность данных. Он также был скорректирован Регламентом Комиссии (ЕС) 2020/1823 с учетом изменений, связанных с Регламентом (ЕС) 2019/1381 о прозрачности и устойчивости оценки рисков ЕС в пищевой цепочке. Новые положения вступили в силу 27 марта 2021 года.

Добавки (включая красители и подсластители)

В приложении II к Регламенту о пищевых добавках 1333/2008 перечислены все добавки, одобренные для использования в пищевых продуктах, и условия их использования. Разрешенное использование добавок указано в соответствии с категорией продуктов питания, в которые они могут быть добавлены. В приложении I к постановлению 1333/2008 перечислены определения 26 различных категорий пищевых добавок. Только добавки, включенные в положительный список ЕС, разрешены при определенных условиях.

Приложение III к Регламенту 1333/2008 содержит второй список пищевых добавок, одобренных для использования в пищевых ингредиентах, таких как другие пищевые добавки, пищевые ферменты, пищевые ароматизаторы и питательные вещества. Постановление Комиссии 231/2012 устанавливает спецификации для пищевых добавок, перечисленных в Приложениях II и III. Государства-члены могут продолжать запрещать использование определенных категорий пищевых добавок в традиционных продуктах питания, перечисленных в Приложении IV к Регламенту 1333/2008.

В 2016 году EFSA завершило переоценку пищевых красителей, одобренных ЕС. В результате в Приложение V к Регламенту 1333/2008 были внесены поправки, вводящие обязательную информацию на этикетке для шести пищевых красителей: «хинолиновый желтый» (E104), «желтый закат» (E110), «Ponceau 4R» (E124), «тартразин» (E102), «азорубин/кармоазин» (E122) и «Аллура Ред АС» (E129). На продуктах, содержащих эти красители, должна быть маркировка: «Могут оказать неблагоприятное воздействие на активность и внимание детей». Постановление Комиссии 232/2012 снизило пределы для пищевых красителей «Хинолиновый желтый» (E104), «Желтый закат» (E110) и «Ponceau 4R» (E124). Пищевой краситель «Red 2G» (E 128) был исключен из положительного списка ЕС.

База данных Комиссии по пищевым добавкам вместе с руководством пользователя предоставляет подробную информацию о различных пищевых добавках, разрешенных в ЕС. Более подробную информацию об использовании пищевых добавок можно получить на веб-сайте Европейской комиссии по адресу:

https://ec.europa.eu/food/safety/food_improvement_agents/additives_en

Ароматизаторы

Постановление 1334/2008 устанавливает список разрешенных вкусоароматических веществ, перечисленных в соответствии с категорией пищевых продуктов, в которые они могут быть добавлены. Он также устанавливает конкретные правила использования термина «натуральный». Онлайн-база данных позволяет потребителям, пищевым предприятиям и органам контроля пищевых продуктов проверять, какие вкусоароматические вещества разрешены к использованию в пищевых продуктах.

Регламент 2065/2003 устанавливает процедуру оценки безопасности и разрешения для ароматизаторов дыма, предназначенных для использования в пищевых продуктах или на них. Регламент Комиссии, реализующий Регламент 1321/2013, устанавливает положительный список ЕС разрешенных основных продуктов с ароматизаторами дыма для

использования в пищевых продуктах или на них и/или для производства производных ароматизаторов дыма.

Ферменты

Постановление 1332/2008 о пищевых ферментах ввело гармонизированные правила их научной оценки и авторизации в ЕС. Статьи 10–13 Регламента 1332/2008 устанавливают конкретные требования к маркировке. EFSA в настоящее время оценивает отраслевые заявки на получение разрешения на существующие и новые пищевые ферменты. До тех пор, пока Комиссия не составит список разрешенных пищевых ферментов ЕС, национальные правила будут продолжать применяться. Подробную информацию смотрите на сайте Европейской Комиссии.

https://ec.europa.eu/food/safety/food_improvement_agents/enzymes/eu_rules_en

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОСТАТКОВ ПЕСТИЦИДОВ И ДРУГИХ ЗАГРЯЗНИТЕЛЕЙ

Здесь представлен краткий обзор нормативно-правовой базы ЕС в отношении пестицидов, устойчивого развития и мер по мониторингу и контролю остатков в пищевых продуктах.

1. Разрешение и регулирование:
 - a. Регламент 1107/2009 регулирует средства защиты растений (СЗР) или пестициды, требующие разрешения на продукцию, содержащую утвержденные активные вещества.
 - b. Только СЗР с активными веществами, перечисленными в Регламенте 540/2011, разрешены к использованию в ЕС.
 - c. Разрешение выдается отдельными государствами-членами, при взаимном признании, позволяющем использовать его на всей территории ЕС после одобрения в одном государстве-члене.
 - d. Максимальные уровни остатков (MRL⁴²) для неутвержденных веществ установлены на уровне по умолчанию 0,01 мг/кг.
2. Устойчивое использование пестицидов:
 - a. Директива 2009/128 об устойчивом использовании пестицидов (SUD⁴³) является частью Пакета пестицидов и находится на стадии пересмотра.
 - b. ЕС стремится сократить использование пестицидов на 50% к 2030 году, как указано в стратегии «От фермы до вилки».
3. Регламент об устойчивом использовании средств защиты растений (SUR⁴⁴):
 - a. Со 2 июня 2022 года предложение SUR обеспечивает соблюдение целевых показателей по сокращению количества пестицидов и продвигает комплексную борьбу с вредителями (IPM).
 - b. Он устанавливает юридически обязательные цели по сокращению использования и риска использования химических пестицидов на 50% к 2030 году.
4. Гармонизированный отбор проб и мониторинг:
 - a. Гармонизированные методы отбора проб остатков пестицидов установлены Директивой 2002/63/ЕС и Регламентом 2021/601.
 - b. Максимальные уровни загрязняющих веществ, включая нитраты, микотоксины, тяжелые металлы и другие, установлены Постановлением Комиссии 1881/2006.
5. Обновления правил по загрязнителям:

⁴² MRL – (с англ. Maximal Residual Level) максимальные уровни остатков.

⁴³ SUD – (с англ. the Sustainable Use of Pesticides Directive) Директива 2009/128 об устойчивом использовании пестицидов.

⁴⁴ SUR – (с англ. the Sustainable Use of Plant Protection Products Regulation) Регламент об устойчивом использовании средств защиты растений.

- a. Действующее в настоящее время сводное приложение к Регламенту 1881/2006 будет обновлено, чтобы отразить новые максимальные уровни, вступающие в силу с 1 января 2023 года.
- b. Регламент 2017/2158 устанавливает контрольные уровни для снижения содержания акриламида в пищевых продуктах.
6. Остатки в животных и продуктах животного происхождения:
 - a. Регламент ЕС 2017/625 обеспечивает основу для официального контроля остатков в животных и продуктах животного происхождения.
 - b. Разрешения на экспорт продуктов животного происхождения в ЕС выдаются на основании планов остатков, представленных третьими странами.
7. Будущая правовая база:
 - a. Новая правовая база по мониторингу остатков ветеринарных лекарственных средств вступит в силу 15 декабря 2022 года.
 - b. До тех пор действующие правила, изложенные выше, остаются в силе.
8. Руководство для импортеров:
 - a. ЕС предоставляет рекомендации по требованиям к импорту продуктов животного происхождения, уделяя особое внимание мониторингу остатков ветеринарных препаратов, пестицидов и загрязняющих веществ.

Более детально можно ознакомиться на сайте Еврокомиссии

https://ec.europa.eu/food/plants/pesticides/maximum-residue-levels/enforcement_en.

ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Ниже представлен обзор процессов регистрации товарных знаков, защиты географических указаний и текущих изменений в законодательстве ЕС.

Товарные Знаки

1. Регистрация товарных знаков в ЕС:

- Товарные знаки могут быть зарегистрированы на национальном, региональном или уровне ЕС.
- Заявки на регистрацию в национальных офисах интеллектуальной собственности охраняются только в одной стране-члене.
- Заявки для охвата всех стран-членов ЕС должны быть поданы в Европейское Управление по Интеллектуальной Собственности (EUIPO) за 850 EUR.

2. Правила по защите Товарных Знаков в ЕС:

- Правила определены в Директиве ЕС 2015/2436.
- Регламент 2018/626 устанавливает детали процедур подачи заявок, а Регламент 2018/625 - процедурные правила по оспариванию и аннулированию товарных знаков ЕС.

Защищенные Географические Указания

1. Защищенные Продуктовые Названия:

- Такие продукты, как фета, пармезан и ветчина Парма защищены по законодательству ЕС.
- Регламент 1151/2012 устанавливает правила для качественных терминов, таких как «Произведено в определенном месте» (PDO – Protected Designation of Origin), «Защищенное Географическое Указание» (PGI – Protected Geographical Indication) и «Традиционные Гарантированные Специальности» (TSG – Traditional Specialities Guaranteed).

2. Вина и Спиртные Напитки:

- Для вин и спиртных напитков действуют отдельные регламенты (Регламенты 2019/33 и 2019/34).
- Совет ЕС принял Решение 2019/1754 о вступлении ЕС в «Женевский акт Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях».

3. Новое Законодательное Предложение:

- Предложение Комиссии от 31 марта 2022 года направлено на повышение защиты и использования географических указаний в ЕС.
- Предложение включает опцию для групп производителей применять стандарты устойчивости выше установленных законами ЕС или национальными законами.

ДЛЯ ИНФОРМАЦИИ:

На момент подготовки данного Путеводителя согласно Регламента Комиссии (ЕС) 2021/404 от 24 марта 2021 года, устанавливающий списки третьих стран, территорий или зон, из которых ввоз в Союз животных, репродуктивных материалов и продуктов животного происхождения разрешен в соответствии с Регламентом (ЕС)) 2016/429 Европейского парламента и Совета, разрешен только импорт живых лошадей из Кыргызской Республики.

Также по состоянию на 15 ноября 2023 года в базе данных TRACES⁴⁵ Евросоюза зарегистрированных предприятий КР, производителей продукции животного происхождения (все производители побочных продуктов животноводства), выделяются 3 раздела:

- Фабрики по производству охотничьих трофеев – 43 компании;
- Иные предприятия по сбору или обращению с побочными продуктами животного происхождения (т. е. необработанными/необработанными материалами) – 5 компаний;
- Перерабатывающие фабрики (третьей категории) – 16 компаний.

Источник:

<https://webgate.ec.europa.eu/tracesnt/directory/publication/establishment/index#!/search?sort=country.translation>

РАЗДЕЛ 3: АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ЭКСПОРТНЫХ СЕКТОРОВ

Для обеспечения соответствию приоритетов страны по увеличению экспорта, в рамках данного путеводителя будут проанализирован потенциал для следующих товарных групп:

- Мясная продукция – раздел 02 ТН ВЭД.
- Рыбная продукция – раздел 03 ТН ВЭД.
- Молочная продукция, включая мед – раздел 04 ТН ВЭД.
- Свежая и переработанная продукция растительного происхождения – разделы 07 и 08 ТН ВЭД.
- Безалкогольные напитки – отдельные товарные позиции из разделов 20 и 22 ТН ВЭД.

⁴⁵ TRACES — это онлайн-платформа Европейской комиссии для санитарной и фитосанитарной сертификации, необходимой для импорта животных, продуктов животного происхождения, продуктов питания и кормов неживотного происхождения и растений в Европейский Союз, а также для торговли внутри ЕС и экспорта животных и некоторых видов животных из ЕС.

- Текстиль и швейная продукция – разделы 50-67 ТН ВЭД.

В 2022 году по объему товарооборота Германия заняла 7-место среди стран-партнеров КР – 180,4 млн. долл. США. Увеличение на 138% от показателей прошлого года. Рост взаимной торговли произошел за счет увеличения экспорта на 26% и импорта на 160%.

Таблица 6. Внешнеторговый оборот КР, тыс. долл. США

Страны-партнеры	Товарооборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
Китай	4 130 269	60 800	4 069 468	-4 008 668
Россия	3 234 563	963 624	2 270 939	-1 307 315
Казахстан	1 188 042	438 179	749 863	-311 684
Турция	628 926	140 674	488 252	-347 577
Узбекистан	599 254	236 647	362 608	-125 961
США	246 834	4 820	242 014	-237 193
Германия	180 424	15 797	164 627	-148 830
Республика Корея	157 598	1 059	156 538	-155 479
ОАЭ	125 739	101 003	24 736	76 267
Индия	117 869	10 478	107 390	-96 912

Источник: Нацстатком КР

В 2022 году экспорт достиг 15,8 млн долларов США. По сравнению с показателями на традиционные рынки данный рынок пока не является существенным в структуре экспорта страны.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА КР В ГЕРМАНИЮ

В настоящее время Германия не является для КР традиционным рынком, и экспорт является либо мелкопартийным, либо носит нерегулярный характер (например, для отправки образцов на выставки). При этом наличие определенных преференций в отношении импорта из КР данный рынок может рассматриваться как перспективный. Для анализа товарных позиций были использованы нескольких критериев:

- присутствие экспорта из КР в Германии за 5-летний период;
- абсолютные объемы экспорта КР за 5-летний период;
- показатель сравнительного конкурентного преимущество (RCA) больше 0,50;
- показатели роста импорта Германии за 2022 год;
- показатели роста импорта Германии за последний год (поскольку из-за пандемии статистика за 5 лет может быть заниженной).

Таблица 7. Анализ потенциальных товарных позиций для экспорта в Германию

Код ТН ВЭД	Обозначение товара	Экспорт КР в Германию 2018-2022 гг	Экспорт КР (всего) 2018-2022 гг	Импорт Германии (всего) в 2022 году	RCA (2018-2022)	Средне-годовой прирост импорта Германии за 2018-2022	Годовой прирост импорта Германии за 2022
'0409	Мед натуральный	6	8050	302229	7,20	2%	-4%

'0711	Овощи консервированные для кратковременного хранения (например, диоксидом серы, в рассоле, ...	1757	9609	32907	30,98	-2%	-2%
'0712	Овощи сушеные, целые, нарезанные кусками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не ...	46	2278	280904	1,10	5%	-4%
'0713	Овощи бобовые сушеные, лущеные, очищенные от семенной кожуры или неочищенные, колотые или неколотые	77	346961	181539	64,63	6%	5%
'0802	Прочие орехи, свежие или сушеные, очищенные от скорлупы или неочищенные, с кожурой или без ...	1487	47727	2115855	5,30	1%	-12%
'0806	Виноград, свежий или сушеный	2	18404	902232	3,63	1%	-6%
'0808	Яблоки, груши и айва, свежие	17	22572	735051	4,75	-3%	-18%
'0809	Абрикосы, вишня и черешня, персики (включая нектарины), сливы и терн, свежие	9	27560	708550	7,83	0%	-13%
'0813	Фрукты сушеные, кроме плодов товарных позиций 0801 - 0806; смеси орехов или сушеных плодов ...	5650	118787	262380	97,13	6%	15%
'2001	Овощи, фрукты, орехи и другие съедобные части растений, приготовленные или консервированные ...	28	851	285746	0,79	8%	2%
'2002	Томаты, приготовленные или консервированные без добавления уксуса или уксусной кислоты	21	5232	681090	2,15	12%	15%
'2005	Овощи прочие, приготовленные или консервированные, без добавления уксуса или уксусной кислоты, ...	90	4304	1097436	0,76	5%	2%
'2007	Джемы, желе фруктовое, мармелады, пюре фруктовое или ореховое, паста фруктовая или ореховая, ...	36	2842	322751	1,64	1%	-1%
'6103	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и ляжками, бриджи ...	1	26298	631203	3,77	16%	10%
'6104	Костюмы, комплекты, жакеты, блайзеры, платья, юбки, юб брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками ...	248	35939	4154014	1,96	10%	9%
'6106	Блузки, блузы и блузаны трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек	46	135484	339845	67,59	-3%	12%
'6109	Майки, фуфайки с рукавами и прочие нательные фуфайки трикотажные машинного или ручного вязания	96	17250	4822661	0,76	3%	8%

'6110	Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного ...	1	72034	6041308	2,55	6%	8%
'6111	Детская одежда и принадлежности к детской одежде трикотажные машинного или ручного вязания	1	24560	642594	6,60	7%	0%
'6115	Колготы, чулки, гольфы, носки и подследники и прочие чулочно-носочные изделия, включая компрессионные ...	1	18483	1319864	2,77	5%	10%
'6204	Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юб-брюки и брюки, комбинезоны с нагрудниками ...	30	40371	5404931	1,25	3%	8%
'6214	Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали и аналогичные изделия	2	3935	183316	2,28	-9%	-1%
'6302	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	1	5502	1891273	0,53	5%	6%
'6309	Одежда и прочие изделия, бывшие в употреблении	18	1579	59719	0,71	20%	14%
'6403	Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из натуральной ...	13	42908	5381029	1,68	0%	2%
'6405	Обувь прочая	44	3403	207120	2,10	-7%	-6%
'6406	Детали обуви (включая заготовки верха обуви с прикрепленной или неприкрепленной основной стелькой); ...	49	13491	538179	3,14	2%	15%
'6505	Шляпы и прочие головные уборы трикотажные машинного или ручного вязания, или изготовленные ...	5	9148	552253	3,10	11%	18%
'9999	Товары, нигде не указанные	499	381825	65517880	1,02	-1%	0%

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

На основе анализа были отобраны для дальнейшего анализа товарные позиции (см. Таблица 7). Наряду с этими товарными позициями следует рассматривать возможности по выводу новых товаров из аналогичных товарных групп.

Анализ рынка будет включать следующие показатели объем рынка, динамика и прогнозы продаж, структура по каналам продаж (включая обзор электронной коммерции), особенности и предпочтения потребителей, обзор тенденций упаковки.

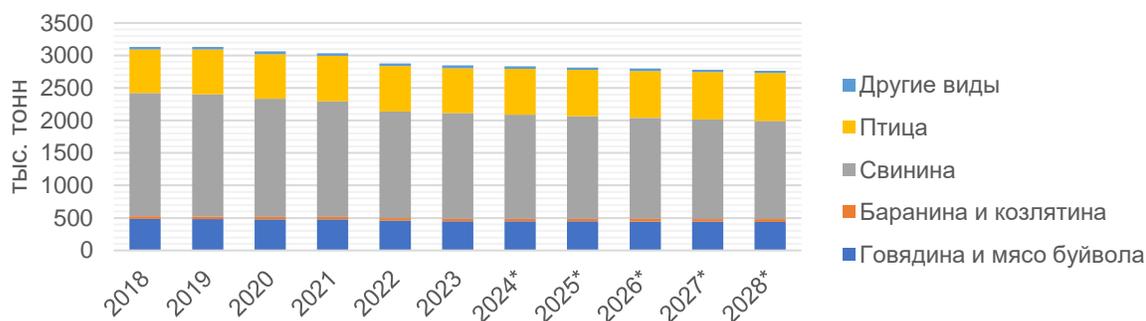
ВАЖНО ПОМНИТЬ:

По состоянию на ноябрь 2023 года, отсутствуют разрешения на экспорт продуктов питания животного происхождения из Кыргызстана в Евросоюз (включая мяса и мясной продукции, рыбы и рыбной продукции, молока и молочной продукции, натурального меда), ниже мы предлагаем для Вас краткие обзоры для товарных сегментов, связанных с продуктами питания животного происхождения.

АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА

Продажи на рынке мяса Германии сократились на 1,1% в 2023 году и достигли 2846,2 тыс. тонн, а розничные продажи составили 29 165,3 млн. евро. Прогноз продаж говорит о -0,6%-ном среднем падении или 2766,7 тыс. тонн в 2028 году, а розничные продажи составят 29561,6 млн. евро. Среди видов мяса положительные показатели роста прогнозируются для баранины (2%) и птицы (1,4%), в то время как свинина и говядина прогнозируется сокращение. Доминирующей позицией на рынке мяса является свинина более 57% доли на рынке и мясо птицы (24%), а на третьем месте «говядина и мясо буйвола» (16%)⁴⁶.

Рисунок 16. Динамика и прогноз продаж мяса в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Если рассматривать каналы продаж баранины и козлятины, то в 2022 году на сети общественного питания приходится 48,7 тыс. тонн или 58,3%, а на розничные продажи 40,3 тыс. тонн или 41,7%.

Рисунок 17. Каналы продаж «Баранина и козлятина» в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Потребление мяса в Германии постепенно снижается. Несмотря на традиционное предпочтение мясу в немецкой кухне, растет число веганов, вегетарианцев и тех, кто реже употребляет мясо. Популярность птицы, особенно курицы, остается высокой из-за универсальности в приготовлении и доступной цены. Вместе с тем, с изменением восприятия потребления мяса, потребители становятся более критичными к качеству, а маркировка, такая как *Haltungsform*⁴⁷, становится важным фактором выбора мясных продуктов. Перспективы отражают устойчивый сдвиг в предпочтениях потребителей, поддерживаемый влиянием инфляции и растущим интересом к более качественным видам мяса.

⁴⁶ Euromonitor International 2023.

⁴⁷ *Haltungsform* – (с нем. форма ведения хозяйства) добровольная маркировка, введенная в 2019 году в Германии, которая информирует об условиях содержания, кормления, племенного материала, мониторинга и сертификации животных на фермах. Она классифицирует все хозяйства по 4 типам: 1) «стойловое содержание»; 2) «стойловое содержание Плюс»; 3) «открытый климат» и 4) «премиум». Более подробно на сайте <https://www.haltungsform.de/>

Таблица 8. Импорт мяса Германии по странам и товарным позициям 2022 года⁴⁸

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
0207	Мясо и пищевые субпродукты домашней птицы, указанной в товарной позиции 0105, свежие, охлажденные	2181,8	Польша	37 %
			Нидерланды	24 %
			Австрия	9 %
0201	Мясо крупного рогатого скота, свежее или охлажденное	2113,6	Нидерланды	25 %
			Аргентина	15 %
			Польша	11 %
0204	Баранина или козлятина свежая, охлажденная или замороженная	430,0	Новая Зеландия	53 %
			Ирландия	20 %
			Нидерланды	12 %
0210	Мясо и пищевые мясные субпродукты, соленые, в рассоле, сушеные или копченые; пищевая мука тонкого . . .	394,3	Италия	26 %
			Испания	20 %
			Бразилия	20 %
0202	Мясо крупного рогатого скота, замороженное	360,5	Нидерланды	27 %
			Австрия	20 %
			Польша	15 %
0208	Прочие мясо и пищевые мясные субпродукты, свежие, охлажденные или замороженные	123,0	Польша	18 %
			Новая Зеландия	16 %
			Венгрия	13 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Германия импортировала мяса на 7,28 млрд долл. США, из которых на 2,18 млрд это «мясо и пищевые субпродукты домашней птицы», поставляемые Польшей (37%) и Нидерланды (24%). На втором месте стоит «мясо крупного рогатого скота, свежее или охлажденное» 2,11 млрд долл. США и основными поставщиками являются Нидерланды (25%), Аргентина (15%) и Польша (11%).

Для понимания перспектив рынка мяса важно иметь в виду показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта мяса составили 0% среднегодового роста за период 2018–2022 годы, при этом рост за 2022 год в 10%, который может быть связан с глобальной инфляцией и ростом цен на мясо.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Рынок мяса Германии находится в стагнации, однако показатели прогноза роста продаж мяса баранины (2%-ый среднегодовой рост в период 2024–2028 гг.) говорит о перспективах и возможностях выхода данный рынок.

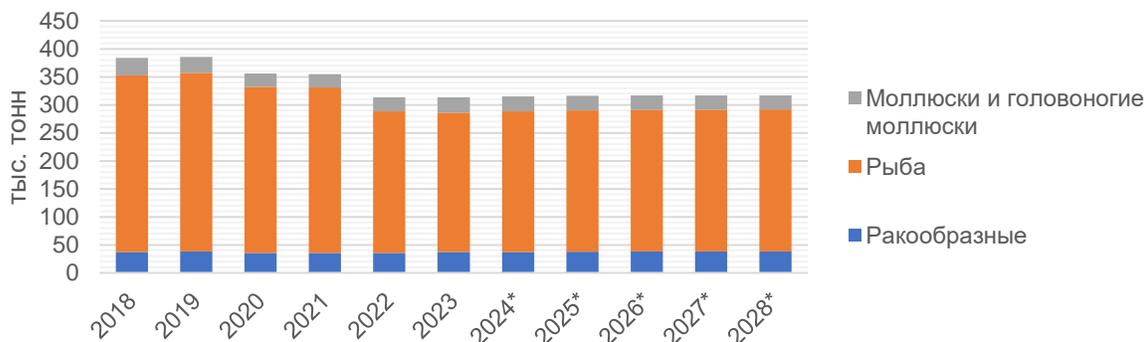
Однако, данный рынок пока не доступен нашим экспортерам мясной продукции. Учитывая высокие регуляторные и процедурные требования на рынке ЕС, для решения данного вопроса Кабинету Министров КР необходимо провести комплексные программные работы, связанные с ветеринарной системой и уровнем безопасности продукции животного происхождения, проведения аудитов со стороны Еврокомиссии необходимых для получения одобрения для ввоза из КР, а также обеспечение гарантий исполнения норм и требований рынка ЕС.

АНАЛИЗ РЫНКА РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Продажи на рынке рыбы Германии сократился на 1,6% в 2023 году и достиг 249 тыс. тонн. Прогноз продаж ожидается в среднегодовом росте на уровне 0,2% или 253 тыс. тонн в 2028 году, а розничные продажи достигнут 3,12 млрд евро.

⁴⁸ Примечание. Анализ произведен на основе 4-цифр кодов ТН ВЭД, для понимания структуры рынка по видам мяса. Например, деление на субпозиции выделяет части животных –тушки, голень и т.д.

Рисунок 18. Динамика и прогноз продаж рыбы и морепродуктов в Германии



Источник: © Euromonitor International

В данном секторе более 80% занимают продажи рыбы⁴⁹.

По структуре продаж через различные каналы продаж рыбы в 2022 году на сети общественного питания приходится 153 тыс. тонн или 76,2%, а на розничные продажи 47,8 тыс. тонн или 23,8%.

Рисунок 19. Каналы продаж «Рыба» в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Потребление рыбы и морепродуктов в Германии снижается, особенно среди молодого поколения, несмотря на их важность в сбалансированном рационе. Дискаунтеры остаются основным каналом продажи рыбы, учитывая их доступность и конкурентоспособные цены.

Органическая и сертифицированная рыба становятся ключевыми факторами роста, учитывая растущий интерес к ответственному потреблению. Знаки качества, такие как ASC⁵⁰, играют важную роль в обеспечении клиентов информацией о происхождении продукции. В условиях изменяющегося климата и беспокойства по экологии, клиенты требуют более строгого контроля в области аквакультуры.

Предпочтения по видам рыбы остаются стабильными, с лососем, минтаем и тунцом на вершине списка. Сельдь и панга теряют свою популярность. Ожидается, что стабильность сохранится при условии осторожности потребителей из-за инфляции.

⁴⁹ Euromonitor International 2023.

⁵⁰ ASC – (Aquaculture Stewardship Council – с англ. Попечительский совет по аквакультуре) это независимая некоммерческая организация и организация по маркировке, которая устанавливает протокол для выращенных на ферме морепродуктов, обеспечивая при этом устойчивую аквакультуру.

Таблица 9. Импорт рыбы Германии по странам и товарным позициям 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
030475	Филе минтая (theragra chalcogramma), мороженое	557	Китай	52 %
			Россия	24 %
			США	17 %
030541	Лосось тихоокеанский сушеный, соленый или в рассоле; копченый (oncorhynchus: nerka, gjrbusha, keta, tschawytscha, kisutch, masou, rhodurus), . . .	504	Польша	66 %
			Литва	14 %
			Норвегия	7 %
030214	Рыба свежая или охлажденная, за исключением рыбного филе и прочего мяса рыбы товарной позиции . . .	473	Норвегия	53 %
			Дания	33 %
			Нидерланды	6 %
030481	Филе лосося тихоокеанского, лосося атлантического (salmo salar) и лосося дунайского (hucho . . . мороженое	357	Дания	19 %
			Норвегия	17 %
			Польша	17 %
030441	Филе лосося тихоокеанского, лосося атлантического (salmo salar) и лосося дунайского (hucho . . . свежее или охлажденное	348	Чили	39 %
			Норвегия	34 %
			Дания	15 %
030543	Форель сушеная, соленая или в рассоле; копченая (salmo trutta, oncorhynchus mykiss, oncorhynchus clarki, oncorhynchus aguabonita, Oncorhynchus) ...	235	Норвегия	58 %
			Великобритания	40 %
			Нидерланды	1 %
030471	Филе мороженое трески (gadus morhua, gadus ogac, gadus macrocephalus)	160	Китай	41 %
			Польша	24 %
			Норвегия	9 %
030489	Филе прочей рыбы мороженое	146	Казахстан	27 %
			Нидерланды	14 %
			Турция	11 %
030551	Треска (gadus morhua, gadus ogac, gadus macrocephalus) сушеная, несоленая или соленая, но . . .	79	Норвегия	98 %
			Россия	1 %
			Португалия	1 %
030314	Форель мороженая (salmo trutta, oncorhynchus mykiss, oncorhynchus clarki, oncorhynchus aguabonita, oncorhynchus gilae, oncorhynchus apache и oncorhynchus chrysogaster)	28	Турция	68 %
			Испания	13 %
			Дания	8 %
030191	Форель живая (saimo trutta, oncorhynchus mykiss, oncorhynchus clarki, oncorhynchus aguabonita, . . .	25	Дания	43 %
			Франция	41 %
			Польша	7 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Германия импортировала рыбы и морепродуктов на сумму 4,6 млрд долл. США, из них по товарным позициям «0304 Филе рыбное и прочее мясо рыбы (включая фарш)», «0305 Рыба сушеная, соленая или в рассоле; рыба копченая» и «0302 Рыба свежая или охлажденная» на сумму 3,64 млрд долл. США или 79%. Основными поставщиками по рыбы являются Польша, Норвегия, Дания.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Рынок рыбы Германии находится в стагнации и показатели прогноза роста продаж рыбы (0,2%-ый среднегодовой рост в период 2024–2028 гг.) говорит о сложностях выхода на данный рынок. С учетом высокой конкуренции со стороны крупных поставщиков из Европы (Польша, Норвегия, Нидерланды, Дания и Турция) и географической близости данный рынок не выглядит привлекательным. Также данный рынок пока не доступен нашим экспортерам рыбной продукции с точки зрения регуляторных требований ЕС.

АНАЛИЗ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

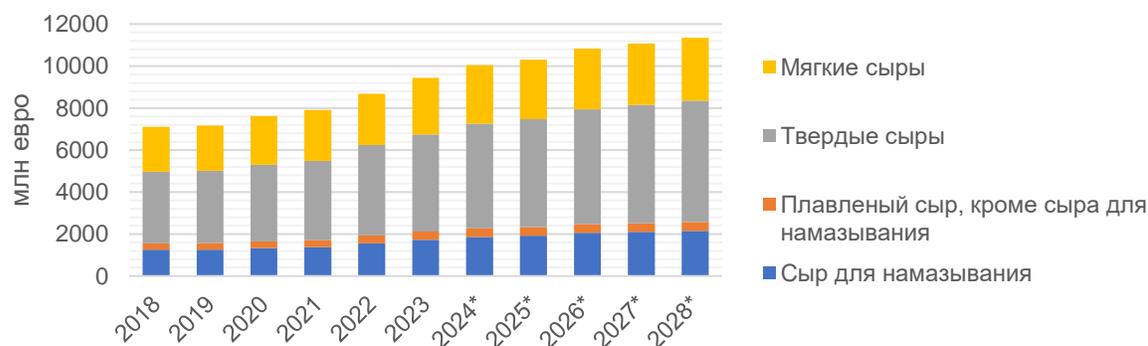
С учетом экспортной структуры Кыргызстана, а также удаленности рынка Германии в данном обзоре не будет рассматриваться молочная продукция с коротким сроком хранения. Данными продуктами являются молоко, сливки, кефиры и йогурты. Среднее расстояние экспорта по данным позициям в настоящее время составляет 500–700 км с учетом их характеристик и невозможности транспортировки в длительные сроки. Для анализа будут рассмотрены 2 позиции «сыры и твороги» и «сливочное масло».

Рынок сыра

Розничные продажи на рынке сыров Германии выросли на 8,8% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 9,445 млрд долл. США. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,1% или 11,352 млрд долл. США в 2028 году⁵¹. Два вида сыра занимают более 2/3 рынка – это твердые сыры (49%) и сыры для намазывания (18%).

Физический объем продаж сыров составил в 2023 году 1051 тыс. тонн и по прогнозам потребление сократится до 1146 тыс. тонн к 2028 году.

Рисунок 20. Динамика и прогноз продаж сыров в Германии



Источник: © Euromonitor International

Инфляция в Германии влияет на цены на сыр, заставляя потребителей пересматривать свой выбор в пользу более доступных отечественных сортов. Однако любовь к импортным сырам, таким как Гауда и моцарелла, остается прочной. Спрос на мягкий сыр растет из-за разнообразия кулинарных тенденций и восприятия его как более здоровой альтернативы. Гриль и новые варианты пастообразных сыров, предлагаемые инновационными производителями, также стимулируют рост спроса. Вариативность вкусов, текстур и рецептов создает широкий выбор для потребителей, а стратегии маркетинга и брендинга способствуют росту продаж пастообразных сыров в стране.

⁵¹ Euromonitor International 2023.

Рисунок 21. Каналы продаж «Сыры» в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

По структуре продаж по каналам продаж сыров в 2023 году на розничные продажи приходилось 854,9 тыс. тонн или 81%, а на сети общественного питания 196,1 тыс. тонн или 19%.

Ожидается рост производства органического и регионального сыра в Германии, поскольку потребители все более ориентированы на устойчивость и заботу о окружающей среде. Интерес к органическому сыру сохраняется, несмотря на инфляцию, и местные сыры остаются популярными.

Спрос на фирменные сыры растет, так как потребители ценят высокое качество, уникальность и традиции в сыре. Розничные торговцы расширяют ассортимент, предоставляя широкий выбор фирменных сыров, удовлетворяя разнообразные вкусовые предпочтения.

В условиях инфляции собственные торговые марки становятся популярными среди ритейлеров, таких как *Rewe*, *Aldi* и *Lidl*, предоставляя разнообразные и качественные сыры по конкурентоспособным ценам.

Таблица 10. Импорт сыров Германии по странам и товарным субпозициям 2022 года⁵²

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040690	Прочие сыры	4107,3	Нидерланды	36 %
			Франция	17 %
			Италия	10 %
040610	Сыры молодые (недозрелые или невыдержанные), включая сывороточно-альбуминовые сыры, и творог	687,4	Дания	30 %
			Италия	17 %
			Австрия	13 %
040620	Тертые сыры или сыры в порошке, всех сортов	289,8	США	42 %
			Новая Зеландия	30 %
			Турция	14 %
040630	Плавленые сыры, нетертые и не в порошке	148,4	Польша	14 %
			Турция	14 %
			Египет	13 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

В 2022 году Германия импортировала сыров на 5,333 млрд долл. США, которые в основном импортируются из Нидерландов, Франции, Италии, Австрии и Дании.

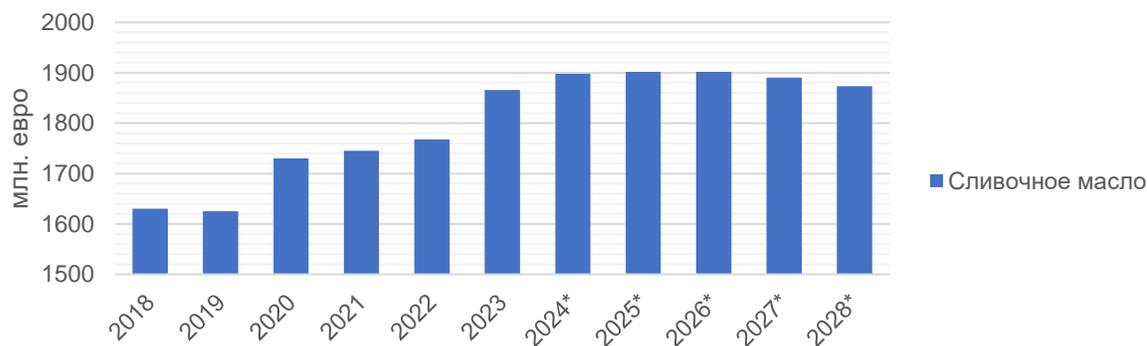
⁵² В анализ не включены данные по товарной субпозиции «040640 – Голубые и прочие сыры, содержащие прожилки, полученные использованием *penicillium roqueforti*».

Для экспортеров КР важно иметь в виду показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта сыра составили 5% среднегодового роста за период 2018–2022 годы (2% в натуральном выражении), а также 3%-ый рост за 2022 год.

Рынок сливочного масла

Розничные продажи на рынке сливочного масла Германии выросли на 5,5% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 1865,8 млн евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом сокращении -0,3% или 1873,4 млн евро в 2028 году⁵³.

Рисунок 22. Динамика и прогноз продаж сливочного масла в Германии



Источник: © Euromonitor International

Физический объем продаж сливочного масла составил в 2022 году 322,4 тыс. тонн и по прогнозам достигнет 304,9 тыс. тонн к 2028 году. Сливочное масло занимает 53% рынка масла и спредов.

Рисунок 23. Каналы продаж «Сливочное масло» в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

В 2023 году каналы продаж сливочного масла разделились так: на розничные продажи приходится 257,2 тыс. тонн (80%), а на сети общественного питания 65,3 тыс. тонн (20%).

После увеличенного спроса на сливочное масло в период пандемии, в 2023 году в Германии наблюдается снижение из-за изменения диеты, проблем со здоровьем и инфляции. Инфляция, вызванная войной в Украине, поднимает цены на сливочное масло, стимулируя переход потребителей на более доступный маргарин. Соображения о здоровье и глобальное влияние также способствуют уменьшению потребления сливочного масла в пользу более здоровых альтернатив.

В условиях инфляции к концу отчетного периода местные потребители в Германии приспособливают свои покупки, предпочитая продукты под собственной торговой маркой.

⁵³ Euromonitor International 2023.

Собственные торговые марки становятся популярными, предлагая сопоставимое качество по более низким ценам. Экономные потребители ценят доступность, разнообразие вкусов и более здоровые альтернативы⁵⁴.

Таблица 11. Импорт сливочного масла Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040510	Сливочное масло	760,2	Нидерланды	43 %
			Ирландия	37 %
			Польша	5 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта сливочного масла были 0% среднегодового роста за период 2018–2022 годы, при этом наблюдалось падение импорта в -6% в 2022 году.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

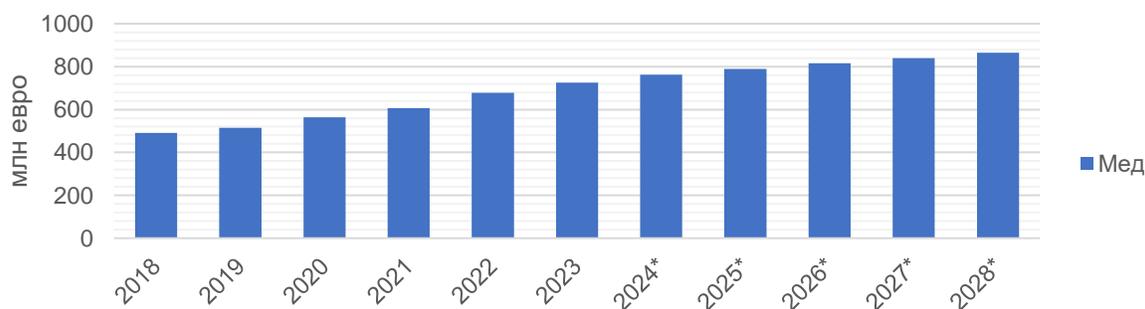
Рынок сливочного масла Германии показывает рост 5,5% в 2023 году, однако показатели прогноза роста продаж -0,3%-ном среднегодовом росте в период 2024–2028 гг., а также сокращение импорта в 2022 году и повышении продаж масла под собственными торговыми марками говорят о сокращении возможностей для импортеров на данном рынке.

Поскольку данный рынок пока не доступен нашим экспортерам сливочного масла с учетом высоких регуляторных и процедурных требований на рынке ЕС, а также тенденциями на рынке говорит о низких перспективах для экспортеров КР.

АНАЛИЗ РЫНКА МЕДА

Розничные продажи меда на рынке Германии выросли на 7% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 725,8 млн евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,2% или 865,6 млн евро в 2028 году⁵⁵. Мед занимает 31,6% рынка сладких спредов, уступая шоколадным спредам и джемам.

Рисунок 24. Динамика и прогноз продаж меда в Германии



Источник: © Euromonitor International

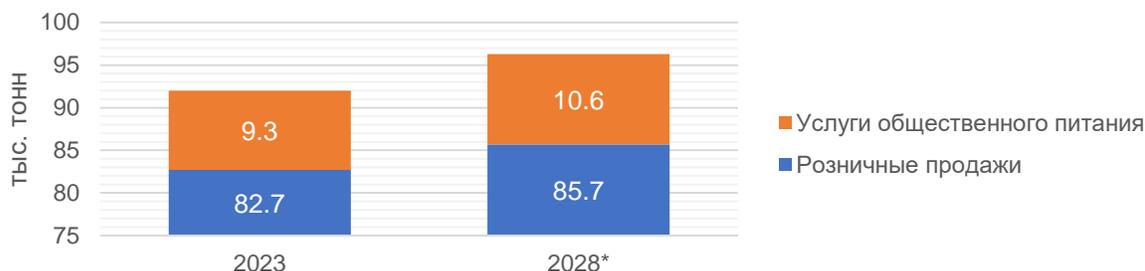
Физический объем продаж меда составил в 2023 году 92 тыс. тонн, из них 89,9% продается через розничные сети и 10,1% через сети общественного питания. По прогнозам, объемы продаж достигнут 96,3 тыс. тонн к 2028 году.

⁵⁴ Euromonitor International 2023.

⁵⁵ Euromonitor International 2023.

В 2022 году розничный спрос на мед в Германии снизился из-за увеличения цен, уменьшения популярности из-за высокого содержания сахара и уменьшения производства меда в стране. Пчеловодство в Германии сокращается, и пчелы подвергаются угрозам из-за изменений в экосистеме и климате. Влияние войны в Украине также сказалось на импорте меда, создавая проблемы в производственных и логистических цепочках, что снизило его доступность.

Рисунок 25. Каналы продаж меда в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

В связи с прогнозируемо низким спросом на мед в Германии производители применяют новые стратегии, чтобы привлечь различных потребителей. Одним из подходов является акцент на различном происхождении меда, выделяя его уникальные вариации от разных растений, таких как лаванда, апельсиновое дерево, вереск или тимьян. Эти виды меда отличаются цветом, ароматом и консистенцией, что делает его привлекательным для маркетинга как разнообразного и полезного для здоровья продукта. Повышение цен на мед может также благоприятствовать премиальным брендам, которые потребители воспринимают как предлагающие более высокую ценность и качество, в том числе для органического меда, продажи которого значительно выросли.

Таблица 12. Импорт меда Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
040900	Мед натуральный	302,2	Украина	14 %
			Аргентина	13 %
			Мексика	13 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Для экспортеров КР важно учитывать показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта меда составили 2% среднегодового роста за период 2018–2022 годы, при этом отмечается спад за 2022 год в -4%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Рынок меда Германии имеет показатели прогноза роста продаж 3,2%-ый среднегодовой рост в период 2024–2028 гг. На сегодня рынков ЕС пока не доступен для кыргызского меда, однако после получения возможностей экспортировать нашим экспортерам следует сфокусироваться на позиционировании меда в нише органической продукции.

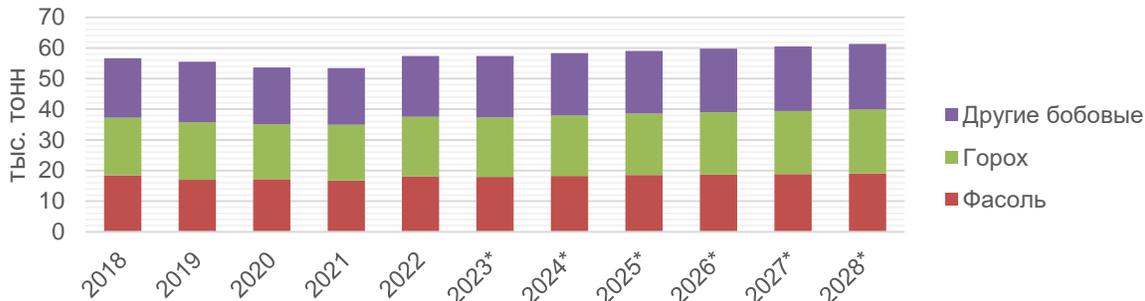
АНАЛИЗ РЫНКА ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ

С учетом экспортной структуры Кыргызстана, а также удаленности рынка Германии в данном обзоре не будут рассматриваться овощи и бобовые с низкой стоимостью и имеющим короткое среднее расстояние экспорта. С учетом этих характеристик в анализе не будет рассматриваться картофель.

Рынок бобовых

Розничные продажи бобовых на рынке Германии выросли на 2,8% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 124,5 млн евро. Прогноз продаж оценивается в 3,6% роста ежегодно и достигнет 148,8 млн евро к 2028 году⁵⁶. Доля продаж фасоли составила 44,4 млн евро или 31% от продаж бобовых, а гороха 34%.

Рисунок 26. Динамика и прогноз продаж бобовых в Германии



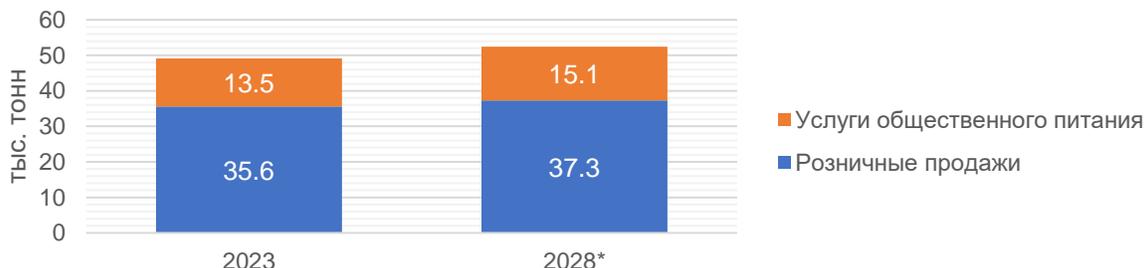
Источник: © Euromonitor International

Физический объем продаж фасоли в 2023 году составил 57,5 тыс. тонн и по прогнозам достигнет 61,3 тыс. тонн к 2028 году.

В 2022 году заметен рост потребления зернобобовых в Германии, что подчеркивает потенциал этой категории, долго остававшейся недооцененной. Несмотря на общее снижение потребления свежих продуктов, зернобобовые продемонстрировали устойчивый рост, особенно в розничной торговле. Горох сохраняет свою популярность благодаря универсальности, легкости приготовления, мягкому вкусу и экономичному выбору в условиях инфляции. Немецкие потребители используют горох в разнообразных блюдах от свежих салатов летом до супов и тушеных блюд зимой.

По структуре продаж по каналам продаж бобовых в 2023 году на розничные продажи приходилось 35,6 тыс. тонн (73%), а на сети общественного питания 13,5 тыс. тонн (27%).

Рисунок 27. Каналы продаж «Бобовые» в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Сегодня Кыргызстан экспортирует бобовые во многие страны, среди них выделяются Балканские страны, Турция, Россия, страны Ближнего Востока, Афганистан, страны Закавказья, страны Южной Азии. Кыргызстан практически не поставляет в Германию, были незначительные поставки в 2015–2017 и 2020 годах. Рынок бобовых Германии – это медленно растущий рынок с прогнозом ежегодного прироста продаж около 20 млн евро.

⁵⁶ Euromonitor International 2023.

Таблица 13. Импорт бобовых Германим по странам и товарным субпозициям 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
071310	Горох (<i>pisum sativum</i>), сушеный	79,2	Канада	91 %
			Украина	3 %
			США	2 %
071340	Чечевица сушеная, лущенная, очищенная от семенной кожуры или неочищенная, колотая или неколотая	43,4	Канада	77 %
			Австралия	22 %
			США	1 %
071320	Нут сушеный, лущеный, очищенные от семенной кожуры или неочищенные, колотые или неколотые	19,1	Австралия	42 %
			Аргентина	18 %
			Канада	14 %
071333	Фасоль обыкновенная, включая белую мелкосеменную фасоль (<i>phaseolus vulgaris</i>), сушеная	18,1	Китай	26 %
			Аргентина	21 %
			Канада	14 %
071339	Прочая фасоль (<i>vinga spp.</i> , <i>phaseolus spp.</i>) сушеная, лущенная очищенная от семенной кожуры или . . .	6,0	Китай	26 %
			Аргентина	21 %
			Канада	14 %
071350	Бобы кормовые, или конские, крупносеменные (<i>vicia faba var. major</i>) и бобы кормовые, или конские, . . .	5,2	Австралия	68 %
			Египет	19 %
			Перу	5 %
071331	Фасоль видов <i>vinga mungo</i> (L.) hepper или <i>vinga radiata</i> (L.) wilczek сушеная, лущеная, очищенная	4,8	Мьянма	66 %
			Мозамбик	25 %
			Эфиопия	3 %
071390	Прочие овощи бобовые сушеные, лущеные, очищенные от семенной кожуры или неочищенные, колотые . . .	3,8	Мьянма	66 %
			Мозамбик	25 %
			Эфиопия	3 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Расширение интереса к международной кухне стало фактором, способствующим росту разнообразия бобовых в Германии. Тенденция пробовать новые продукты при посещении ресторанов или готовке дома увеличивает популярность зернобобовых, таких как нут, благодаря ближневосточной и индийской кухням, а также фасоли в мексиканской кухне. Разнообразие интернациональных кухонь, включающих бобовые, отражает изменения в демографии страны из-за увеличения миграции.

В 2022 году Германия импортировала бобовых (товарная позиция 0713) на 181,5 млн долл. США, из которых на 79 млн долл. США (44%) занимает горох. Фасоль обыкновенная импортировалась на сумму 18,1 млн долл. США.

Для экспортеров КР важно иметь в виду показатели роста и особенности рынка. Показатели импорта бобовых составили 6% среднегодового роста за период 2018–2022 годы, а также 5%-ый рост за 2022 год.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

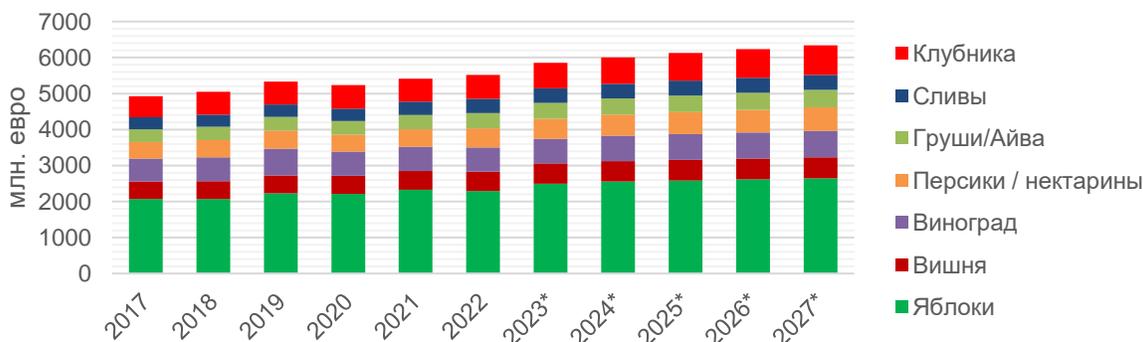
Исходя из товарной структуры импорта бобовых Германии, экспортеров КР могут заинтересовать субпозиция «фасоль обыкновенная». В 2016 году Кыргызстан экспортировал максимальный объем «07133 фасоли обыкновенной» 105,5 тыс. тонны, а в 2022 году – 34,7 тыс. тонн. При этом импорт Германии по 07133 составил 10,1 тыс. тонн.

Рост вегетарианского и веганского образа жизни дополнительно стимулирует потребление бобовых, так как они представляют собой удобную и богатую белком альтернативу мясу. Популярность бобовых в таких диетах проявляется через создание блюд, таких как бобовые гамбургеры или замена мясного фарша на чечевицу в рецептах. С ростом интереса к вегетарианству и веганству ожидается, что спрос на зернобобовые продолжит расти. Розничные продажи фасоли в Германии неуклонно растут в течение последних лет, и среднегодовой темп роста составит 3,1% в течение периода 2024–2028 гг.

Рынок фруктов и свежих овощей

Розничные продажи на рынке фруктов⁵⁷ Германии выросли на 5,3% (в текущих ценах) в 2023 году и достигли 18,943 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,8% или 23,325 млрд евро в 2028 году.

Рисунок 28. Динамика и прогноз продаж фруктов в Германии



Источник: © Euromonitor International

Потребление фруктов в Германии продолжает расти в 2022 году, несмотря на возвращение к обычной активности вне дома после пандемии. Тренд заботы о здоровье и благополучии, а также удобство переноски фруктов, поддерживают их популярность. Фрукты остаются важным источником витаминов и антиоксидантов, а их низкое содержание калорий и жиров делает их привлекательным перекусом для тех, кто следит за весом.

Спрос на органические фрукты увеличится, поскольку потребители в Германии все более ориентированы на свое здоровье и окружающую среду. Развитие органического земледелия, поддержка правительства и растущий интерес к устойчивости поддержат рост предложения органических фруктов на рынке.

Региональные фрукты также пользуются растущим спросом, поскольку потребители стремятся поддерживать местных фермеров, снижать выбросы углекислого газа и наслаждаться свежестью и уникальными вкусами своего региона. В целом, экологические и

⁵⁷ В анализ не включены тропические фрукты, не произрастающие на территории КР.

здоровые аспекты фруктов с высоким содержанием питательных веществ оставляют их важным элементом рациона в Германии.

Рисунок 29. Каналы продаж фруктов в Германии, тыс. тонн

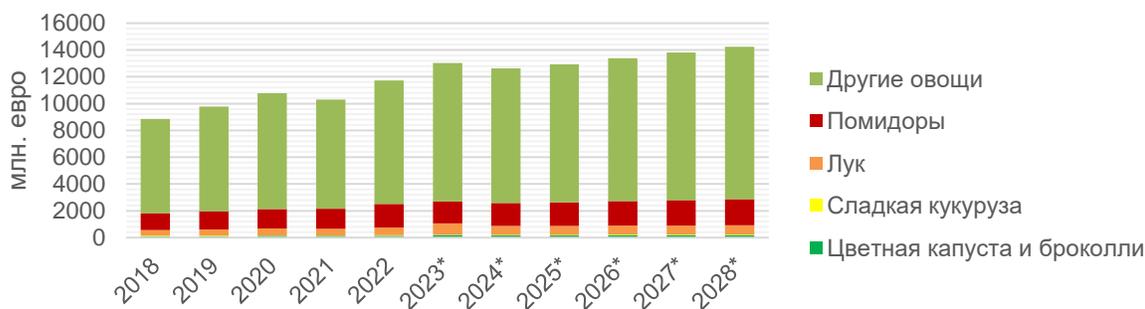


Источник: © Euromonitor International

В 2023 году каналы продаж фруктов распределены следующим образом: на розничные продажи приходится 3950,5 тыс. тонн (86%), на сети общественного питания 403,9 тыс. тонн (9%) и на институциональные продажи 220,8 тыс. тонн (5%).

Розничные продажи на рынке свежих овощей Германии выросли на 11,2% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 13034,6 млн евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,1% или 14252,2 млн евро в 2028 году⁵⁸.

Рисунок 30. Динамика и прогноз продаж овощей в Германии



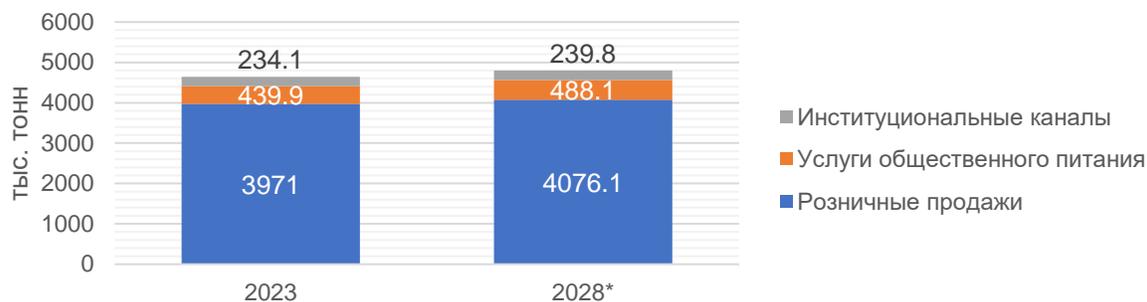
Источник: © Euromonitor International

Потребление овощей в Германии выросло после пандемии, поддерживаемое изменением акцента на здоровье и домашнюю кулинарию. Овощи стали популярным выбором благодаря инициативам правительства и новым подходам к их приготовлению. Однако инфляция в конце 2022 года привела к увеличению цен на овощи, влияя на покупательскую способность.

Органические овощи пользуются спросом, но рост цен и инфляция создают ограничения. Потребители, стремящиеся к устойчивости, продолжают предпочитать местные овощи, поддерживая региональных фермеров и сокращая углеродный след. В целом, поддержка местных фермеров и устойчивость остаются важными факторами для немецких потребителей, поощряя развитие рынка местных овощей.

⁵⁸ Euromonitor International 2023.

Рисунок 31. Каналы продаж овощей в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

В 2023 году каналы продаж свежих овощей распределены следующим образом: на розничные продажи приходится 3971,0 тыс. тонн (86%), на сети общественного питания 439,9 тыс. тонн (9%) и на институциональные продажи 234,1 тыс. тонн (5%).

Рынок фруктов и овощей в Германии – это растущий рынок с прогнозом ежегодного прироста продаж более 3,2 млрд долл. США (фрукты) и более 1,6 млрд евро (овощи), и достигнут 23,3 млрд евро и 14,3 млрд евро соответственно.

Таблица 14. Импорт фруктов Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	
			Страна	Доля в импорте
080610	Виноград свежий	767,8	Италия	30 %
			Южная Африка	19 %
			Испания	14 %
080810	Свежие яблоки	485,1	Италия	43 %
			Франция	11 %
			Чили	11 %
080930	Персики (включая нектарины)	395,2	Испания	70 %
			Италия	21 %
			Нидерланды	2 %
081010	Свежие земляника (клубника)	351,1	Испания	67 %
			Нидерланды	13 %
			Греция	11 %
081020	Малина, ежевика, тутовая ягода (шелковица) и логанова ягода, свежие	340,7	Южная Африка	30 %
			США	26 %
			Египет	20 %
081120	Малина, ежевика, тутовая ягода (шелковица) и логанова ягода, замороженные	334,5	Сербия	40 %
			Польша	27 %
			Марокко	8 %
080711	Арбузы свежие	327,0	Испания	55 %
			Италия	25 %
			Бразилия	4 %
080830	Груши свежие	247,4	Нидерланды	33 %
			Бельгия	17 %
			Италия	15 %
080719	Прочие дыни свежие	174,3	Испания	76 %
			Бразилия	7 %
			Италия	6 %
080929	Вишня и черешня прочие, свежие	126,7	Турция	31 %
			Греция	22 %
			Испания	20 %
080929	Абрикосы свежие	108,7	Испания	39 %
			Италия	37 %
			Nehwbz	10 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Таблица 15. Импорт овощей Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
070200	Томаты свежие или охлажденные	1552,8	Нидерланды	49 %
			Испания	24 %
			Марокко	10 %
070960	Плоды capsicum или рода pimenta, свежие или охлажденные	895,6	Испания	49 %
			Нидерланды	35 %
			Марокко	7 %
070700	Огурцы и корнишоны, свежие или охлажденные	791,7	Испания	49 %
			Нидерланды	41%
			Греция	2%
071080	Прочие овощи (сырые или сваренные в воде или на пару), мороженые	367,3	Бельгия	49 %
			Польша	48 %
			Испания	1 %
070999	Овощи прочие, свежие или охлажденные	362,7	Италия	36 %
			Нидерланды	33 %
			Испания	16 %
070519	Салат-латук прочий, свежий или охлажденный	321,3	Испания	50 %
			Италия	23 %
			Нидерланды	13 %
070490	Прочие съедобные овощи из рода brassica, свежие и охлажденные	242,6	Испания	42 %
			Италия	30 %
			Нидерланды	13 %
070190	Картофель прочий, свежий или охлажденный	199,2	Нидерланды	24 %
			Франция	21 %
			Египет	17 %
070993	Тыквы, кабачки и прочие овощи семейства тыквенных (cucurbita spp.) свежие или охлажденные	195,1	Испания	49 %
			Нидерланды	48 %
			Италия	1 %
071290	Прочие овощи и овощные смеси, сушеные, целые, нарезанные кусками, ломтиками	184,1	Китай	32 %
			Испания	18 %
			Польша	10 %
070310	Лук репчатый и лук-шалот (шалот)	177,3	Нидерланды	35 %
			Испания	34 %
			Франция	8 %
070610	Морковь и репа	136,7	Нидерланды	27 %
			Дания	26 %
			Италия	19 %
071090	Овощные смеси, сырые или вареные в воде или на пару, замороженные	106,5	Бельгия	59 %
			Нидерланды	22 %
			Испания	7 %
070511	Салат-латук кочанный (салат кочанный), свежий или охлажденный	105,5	Испания	41 %
			Италия	21 %
			Нидерланды	20 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

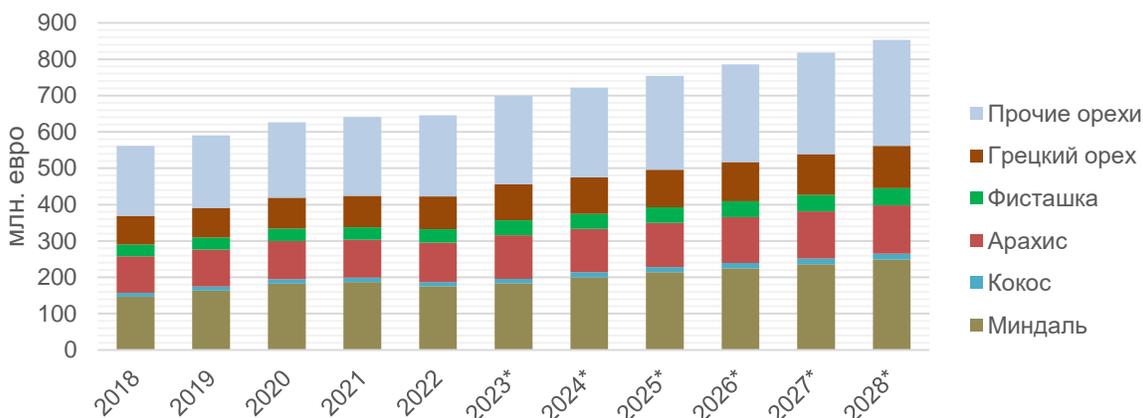
Рынок орехов и сухофруктов

Розничные продажи на рынке орехов Германии выросли на 8,3% (в стоимостном выражении, текущих ценах) и 0,1% (в натуральном выражении) в 2023 году и достигли 97,2 тыс. тонн или 699,2 млн евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 4,3% (в стоимостном выражении) или 2,1% (в натуральном выражении) и достигнут 108,0 тыс. тонн или 852,9 млн евро в 2028 году.

Арахис лидирует в потреблении орехов в Германии, превышая объем продаж миндаля и фундука. Его популярность обусловлена легкостью употребления, доступной ценой и универсальностью. Рост цен в конце 2022 года, вызванный инфляцией, представляет потенциальную угрозу для потребления орехов. Тем не менее, они могут оставаться востребованными благодаря тенденции домашней кухни и росту интереса к растительной

диете. Проблемы здоровья, особенно в контексте заботы о сердечном здоровье и контроле веса, также будут способствовать увеличению потребления орехов в будущем.

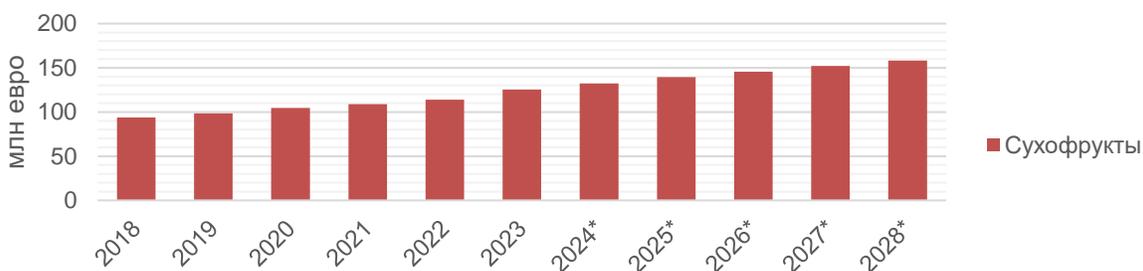
Рисунок 32. Динамика и прогноз продаж орехов в Германии



Источник: © Euromonitor International

Розничные продажи на рынке сухофруктов Германии выросли на 9,8% (в стоимостном выражении, текущих ценах) и 2,6% (в натуральном выражении) в 2023 году и достигли 8,3 тыс. тонн или 125,3 млн евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 4,6% (в стоимостном выражении) или 2,0% (в натуральном выражении) и достигнут 9,0 тыс. тонн или 151,3 млн евро в 2028 году.

Рисунок 33. Динамика и прогноз продаж сухофруктов в Германии



Источник: © Euromonitor International

В перспективном периоде ожидается продолжение роста как объема продаж сухофруктов в рознице, так и их текущей стоимости. Этот благоприятный тренд обусловлен увеличивающимся предпочтением потребителей к более здоровым перекусам.

Рисунок 34. Каналы продаж орехов в Германии



Источник: © Euromonitor International

Таблица 16. Импорт орехов и сухофруктов Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
080212	Миндаль, очищенный от скорлупы	546	США	61 %
			Испания	24 %
			Нидерланды	4 %
080222	Орехи лесные (лещина) (<i>corylus spp.</i>) без скорлупы, свежие или сушеные	438	Турция	64 %
			Италия	20 %
			Чили	6 %
080132	Орехи кешью, очищенные от скорлупы	429	Вьетнам	67 %
			Нидерланды	10 %
			Кот-д-Ивуар	9 %
080232	Орехи грецкие без скорлупы свежие или сушеные	349	США	67 %
			Чили	14 %
			Нидерланды	4 %
080251	Фисташки в скорлупе	323	США	89 %
			Иран	9 %
			Бельгия	2 %
080290	Прочие орехи	193	США	98 %
			Турция	1,3 %
			Вьетнам	0,4 %
080252	Фисташки, очищенные от скорлупы	148	США	96,6 %
			Иран	3,1 %
			Италия	0,2 %
080620	Виноград сушеный	135	Турция	50 %
			Южная Африка	22 %
			США	5 %
081320	Чернослив сушеный	49	Чили	46 %
			США	24 %
			Сербия	8 %
081310	Абрикосы сушеные	35	Турция	96 %
			Нидерланды	2 %
			Афганистан	0,4 %
081330	Яблоки сушеные	34	Турция	28 %
			Китай	19 %
			Австрия	11 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Среди орехов и сухофруктов следует отметить рост/падение импорта за период 2018-2022 годы в стоимостном выражении у следующих позиций: миндаль, очищенный от скорлупы (-4%), грецкие орехи в скорлупе (1%), фисташки в скорлупе (9%), фисташки, очищенные от скорлупы (1%), виноград сушеный (-4%), чернослив сушеный (4%), абрикосы сушеные (11%) и яблоки сушеные (-2%).

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Кыргызстан экспортировал в Германию сухофрукты и орехи на сумму более 2,5 млн долл США в 2022 году, а именно сушеные яблоки, грецкие орехи и чернослив. Сухофрукты и орехи показывают положительную динамику за последние 5 лет.

Рынок орехов и сухофруктов Германии открыт для экспортеров КР, при этом имеются тарифные преференции в рамках ВСП+ и большинство тарифов являются нулевыми.

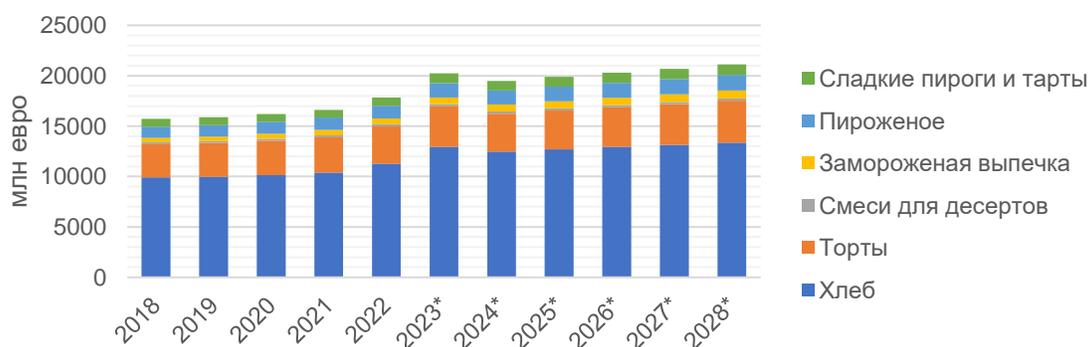
Одной из кулинарных тенденций, которая может способствовать потреблению орехов в прогнозируемый период, является растущая популярность растительной и вегетарианской кухни. Многие люди включают в свой рацион больше растительной пищи по разным причинам, включая здоровье, устойчивость и этические соображения. Орехи содержат растительный белок, полезные жиры и необходимые питательные вещества, которые необходимы в растительной диете. Их можно использовать для придания текстуры, вкуса и питательной ценности таким блюдам, как салаты, жаркое и зерновые блюда. Поскольку растительная кулинария набирает обороты в Германии, спрос на орехи как универсальный ингредиент, вероятно, увеличится.

АНАЛИЗ РЫНКА ГОТОВЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Рынок выпечки

Розничные продажи на рынке выпечки Германии выросли на 13,4% (в текущих ценах) в 2023 году и достиг 20,228 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 2,0% или 21121 млрд евро в 2028 году⁵⁹.

Рисунок 35. Динамика и прогноз продаж выпечки в Германии



Источник: © Euromonitor International

Рост издержек производства увеличивает розничные цены на хлеб и хлебобулочные изделия в Германии. Пекарни сталкиваются с повышением затрат на энергию и основные ингредиенты, что угрожает их прибыли. В 2022 году потребители предпочитали покупать хлеб в дискаунтерах, уделяя внимание более низким ценам. Тенденция к удобству растет из-за удаленной работы, поддерживая спрос на готовую выпечку. Независимым пекарням сложно конкурировать с низкими ценами продуктовых сетей, и для выживания им необходимо фокусироваться на устойчивости и качестве продукции.

В 2023 году каналы продаж тортов разделились так: на розничные продажи приходится 399,6 тыс. тонн (87%) и на сети общественного питания 59 тыс. тонн (13%).

⁵⁹ Euromonitor International 2023.

Рисунок 36. Каналы продаж тортов в Германии, тыс. тонн



Источник: © Euromonitor International

Несмотря на увеличение цен, интерес немецких потребителей к традиционным хлебобулочным изделиям сохраняется. Ожидается, что повышение ценности продукции через использование местных ингредиентов и более здоровых компонентов привлечет определенные группы потребителей. Инновации в выпечке включают веганские и белковые продукты, а также продукты суперпродуктов. Спрос на десертные пироги и пирожные с более здоровыми вариантами и экзотическими вкусами также растет среди немецких потребителей, и предприимчивые пекарни стремятся удовлетворить этот интерес.

Таблица 17. Импорт выпечки Германии по странам 2022 года

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
190590	Прочие хлеб и мучные кондитерские изделия	2103	Франция	17 %
			Италия	16 %
			Нидерланды	16 %
190531	Сладкое сухое печенье	513	Нидерланды	26 %
			Польша	21 %
			Италия	13 %
190532	Вафли и вафельные облатки	373	Польша	40 %
			Австрия	17 %
			Нидерланды	12 %
190540	Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты	61	Польша	24 %
			Австрия	22 %
			Италия	10 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Если сравнить показатели роста импорта за период 2018–2022 годы, то для товарной позиции «1905 Хлеб, мучные кондитерские изделия, пирожные, печенье и пр.» импорт рос в среднем ежегодно на 7% и на 1% в 2022 году.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

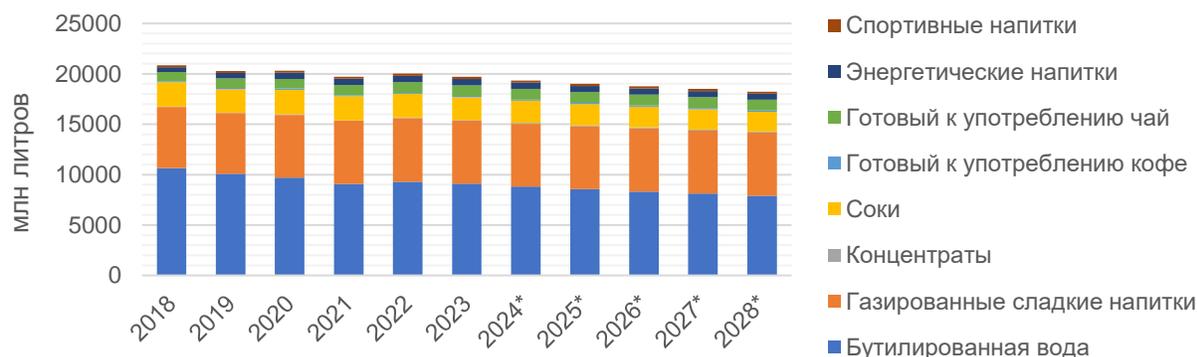
Сегодня Кыргызстан экспортирует 91% из товарной позиции «1905» в Казахстан. Экспорт данной позиции растет в среднем на 25% ежегодно за последние 5 лет.

Рынок выпечки Германии составляет более 3 млрд долл США, если продукция содержит составные животного происхождения такие как сливки, сухое молоко и другие, то такую продукцию пока нельзя экспортировать в Евросоюз и Германию соответственно.

Анализ рынка безалкогольных напитков

Рынок безалкогольных напитков в 2023 году составил 20,617 млрд. евро и 19,338 млрд. литров. В 2023 году рост составил 8,6% (в стоимостном выражении) и падение -1,6% (в натуральном выражении) к предыдущему году и прогноз в 2024–2028 годы среднегодовой прирост составит 2,0% (в стоимостном выражении) и падение -1,4% (в натуральном выражении).

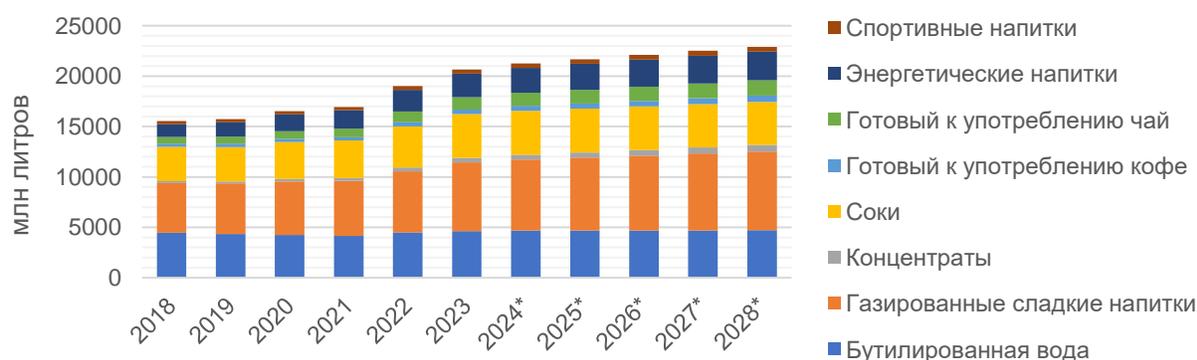
Рисунок 37. Динамика и прогноз продаж безалкогольных напитков в Германии, млн литров



Источник: © Euromonitor International

Безалкогольная индустрия Германии восстанавливается после воздействия пандемии в 2020-2021 годах, но сталкивается с вызовами, такими как рост инфляции. В 2022 году, с ослаблением ограничений, спрос на безалкогольные напитки внутри страны увеличился, но объем продаж остается ниже уровня до пандемии. Потребители и предприятия сталкиваются с финансовыми трудностями из-за инфляции, влияющей на цены продуктов. В 2022 году наблюдались тенденции к более выгодным брендам и вариантам с пониженным содержанием сахара. Спрос на функциональные напитки, особенно энергетические, сохраняется. Отходы от упаковки и устойчивость продукции продолжают быть важными факторами для выбора потребителей. Крупные бренды, частные торговые марки и местные производители конкурируют на рынке, где сохраняется ценовая чувствительность, но также растет интерес к местным и устойчивым брендам.

Рисунок 38. Динамика и прогноз продаж безалкогольных напитков в Германии, млн евро



Источник: © Euromonitor International

При этом в натуральном выражении наблюдается сокращение потребления безалкогольных напитков, кроме концентратов, карбонатам и готового к потреблению кофе. Объемы продаж

в натуральном измерении отстают продажи в стоимостном выражении в результате экономической ситуации и инфляции.

Рисунок 39. Каналы продаж безалкогольных напитков в Германии, млн. литров

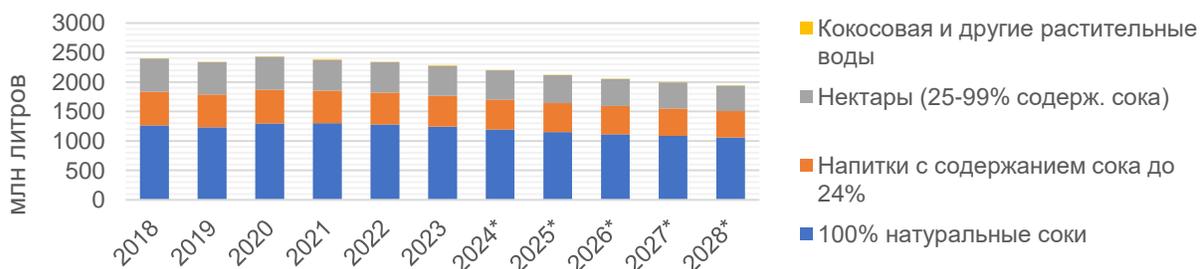


Источник: © Euromonitor International

РЫНОК СОКОВ

Розничные продажи на рынке соков Германии сократились на -2,6% (в натуральном выражении) и выросли на 9,9% (в стоимостном выражении) в 2023 году и достигли 2,281 млрд литров или 4,348 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 0,1% или 4,703 млрд евро и -2,7% падении в натуральном выражении или 1943 млн литров в 2028 году⁶⁰.

Рисунок 40. Динамика и прогноз продаж соков в Германии



Источник: © Euromonitor International

В 2022 году каналы соков разделились так: на продажи через магазины приходится 2281 млн. литров (88%) и вне магазинов 304,5 млн. литров (12%).

Рисунок 41. Каналы продаж соков в Германии, млн литров



Источник: © Euromonitor International

⁶⁰ Euromonitor International 2023.

Объем продаж соков в Германии снижается из-за растущей обеспокоенности по поводу сахара, что приводит к поиску альтернатив и уменьшению потребления. 100%-ный сок остается популярным, но потребители ищут продукты с меньшим содержанием сахара и инновации в упаковке. После временного снижения в 2020 году из-за пандемии объемы продаж соков восстанавливаются в 2022 году, но рост замедляется из-за высокой инфляции и финансовых ограничений. Прогнозируется рост цен на соки в 2022 году из-за растущих затрат на ресурсы и транспорт.

В 2022 году в Германии сохраняется предпочтение классическим вкусам соков, таким как яблоко и апельсин, но растет интерес к экзотическим вкусам и функциональным соковым смесям. Бренды акцентируют внимание на сбалансированной диете и здоровье, позиционируя свои продукты как 100% натуральные и питательные. Соки становятся популярным ингредиентом для домашней миксологии, создания лимонада и безалкогольных коктейлей. Растет спрос на функциональные соки с добавками витаминов и минералов для укрепления иммунной системы. Однако высокая инфляция может ограничить восстановление розничных продаж соков, поскольку потребители сталкиваются с финансовым давлением и могут сокращать расходы, в том числе на напитки.

Таблица 18. Импорт соков Германии по странам 2022 года⁶¹

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
200989	Сок из одного вида фруктов или овощей прочий	261,7	Польша	30 %
			Нидерланды	13 %
			Австрия	10 %
200979	Прочий яблочный сок	197,4	Польша	50 %
			Австрия	11 %
			Украина	9 %
200990	Смеси соков	82,5	Нидерланды	46 %
			Австрия	23 %
			Ирландия	18 %
200971	Яблочный сок с числом брикса не более 20	44,6	Польша	43 %
			Австрия	36 %
			Италия	18 %
200961	Виноградный сок (включая виноградное сусло) с числом брикса не более 30	43,7	Италия	72 %
			Австрия	23 %
			Испания	4 %
200969	Прочий виноградный сок	19,3	Испания	55 %
			Италия	31 %
			Нидерланды	5 %
200950	Сок томатный	5,8	Италия	53 %
			Португалия	25 %
			Австрия	12 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

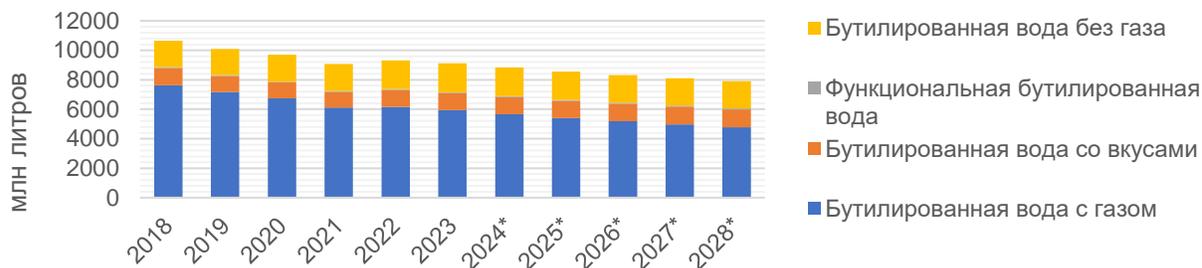
РЫНОК БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ

Розничные продажи на рынке бутилированной воды Германии сократились на -2,0% (в натуральном выражении) и выросли на 3,5% (в стоимостном выражении) в 2023 году и достигли 9,117 млрд литров или 4,638 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 0,1% или 4,703 млрд евро и -2,7% падении в натуральном выражении или 1943 млн литров в 2028 году⁶².

⁶¹ Примечание. Здесь рассматриваются соки, производимые из фруктов и овощей, производимых в КР.

⁶² Euromonitor International 2023.

Рисунок 42. Динамика и прогноз по бутилированной воде в Германии



Источник: © Euromonitor International

Рисунок 43. Каналы продаж бутилированной воды в Германии



Источник: © Euromonitor International

В 2023 году каналы бутилированной воды разделились так: на продажи через магазины приходится 9117 млн. литров (85%) и вне магазинов 1669 млн. литров (15%).

Розничный спрос на бутилированную воду в Германии снижается из-за проблем с экологией и внимания к вопросам упаковки. Медиа и правительство активно поддерживают идею использования водопроводной воды для снижения пластиковых отходов. Индустрия реагирует на требования рынка, переходя к стеклянной упаковке, чтобы уменьшить экологический след. Однако газированная вода остается популярной, поэтому потребители предпочитают системы, позволяющие им приготавливать напитки самостоятельно, чтобы уменьшить использование бутилированной воды.

В 2022 году компания Nestlé объявила об отзыве своего бренда Vittel с рынка Германии из-за низкой прибыльности. Этот шаг был сделан после привлечения внимания СМИ к вопросам транспортировки и устойчивости бутилированной воды, что привело к снижению продаж. Также был снят с рынка убыточный бренд Apollinaris от Coca-Cola, что свидетельствует о растущем предпочтении немецких потребителей местным и региональным вариантам воды из-за сомнений в устойчивости глобальных брендов.

Таблица 19. Импорт бутилированной воды Германии по странам 2022 года⁶³

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
220210	Воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих	1288	Австрия	49 %
			Швейцария	15 %
			Сербия	10 %
220299	Безалкогольные напитки (кроме воды, фруктовых или овощных соков, молока и пива)	643	Австрия	27 %
			Нидерланды	18 %
			Бельгия	12 %

⁶³ Примечание. Здесь рассматриваются соки из фруктов и овощей, производимых в КР.

220110	Воды минеральные и газированные	219	Франция	73 %
			Италия	17 %
			Австрия	3 %
220190	Прочие воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные без добавления . . .	16	Турция	24 %
			Нидерланды	19 %
			Бельгия	17 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Экспортеры должны изучать показатели роста и особенности рынка. Показатели роста импорта бутилированной воды в обеих товарных субпозициях составили за период 2018–2022 годы 13% и в 2022 году 6%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Экспорт соков растет в среднем на 25% ежегодно за последние 5 лет, бутилированной воды 17%. Кыргызстан не экспортирует в Германию ни соки, ни бутилированную воду.

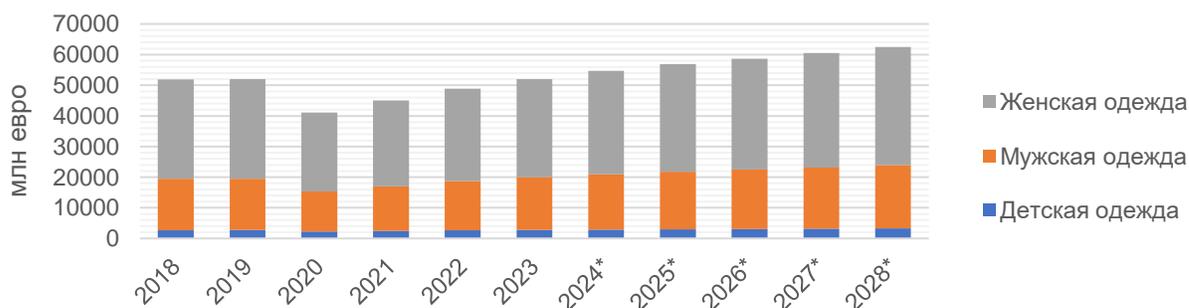
Для потребителей Германии высокий углеродный след импортной бутилированной воды, связанный с транспортировкой, влияет на решения немцев о покупке, что привело к падению продаж импортных торговых марок. Учитывая большое расстояние между КР и Германией данный рынок является бесперспективным.

АНАЛИЗ РЫНКА ОДЕЖДЫ

Рынок одежды Германии растет за последние 5 лет среднегодовым темпом 0%. Розничные продажи в 2023 году составили 55,9 млрд евро и 2,1 млн. единиц.

В 2022 году сектор одежды и обуви в Германии продемонстрировал положительные результаты, поддерживаемые восстановлением путешествий и увеличением мобильности. Вернувшись к активной жизни, потребители увеличили спрос на купальники, обувь и чулочно-носочные изделия. Однако резкое снижение рождаемости отразилось на спросе на одежду для младенцев. Потребители, беспокоящиеся об устойчивости, предпочитают качество и экологичные материалы. Инфляция и экономический спад могут повлиять на покупательское поведение в 2023 году. Ключевые тенденции включают рост интереса к устойчивому развитию, укрепление позиций премиум-сегмента и устойчивое лидерство H&M и C&A.

Рисунок 44. Динамика и прогноз продаж женской, мужской и детской одежды



Источник: The Business of Fashion

В 2022 году с возвращением к физическим магазинам в Германии спрос на одежду, обувь и спортивные товары возрос. Однако розничная электронная коммерция останется важным каналом, предоставляя удобство и конкурентоспособные цены. В условиях нестабильной экономики потребители будут экономить, что выгодно дискаунтерам и частным торговым маркам. Устойчивое развитие и вторичная торговля приобретут популярность, а розничная электронная коммерция будет расти, объединяясь с офлайн-торговлей. Индустрия моды

будет подвергаться инновациям в производстве и переработке для снижения воздействия на окружающую среду. Устойчивые и премиальные бренды останутся актуальными, отвечая социальным вопросам. Создание надежных рынков подержанных товаров станет ключевым для цифровых платформ.

Рынок женской одежды

Розничные продажи на рынке женской одежды Германии выросли на 6,5% в 2023 году и достиг 32,04 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,5% или 36,94 млрд евро в 2028 году⁶⁴. В структуре продаж верхняя одежда занимает 89%.

Женская одежда в Германии восстановилась в 2022 году, хотя продажи остаются ниже допандемического уровня. Купальники популярны из-за смягчения ограничений, поддерживая спрос. Юбки и топы также востребованы, отражая тенденцию к повседневной одежде в офисе. Розничные магазины, включая специализированные по одежде и обуви, показали рост после года спада. Онлайн-покупки останутся важными, но возврат к традиционным магазинам приветствуется. Розничная электронная коммерция сохранит свою значимость, и омниканальные стратегии будут популярны. Лидеры рынка, такие как H&M, продолжают диктовать модные тенденции, но дисконтные магазины, такие как KiK, привлекают потребителей своим широким ассортиментом доступной одежды.

Рисунок 45. Структура продаж женской одежды в Германии



Источник: © Euromonitor International

В условиях нестабильной экономики немецкие потребители женской одежды стремятся экономить и проявляют интерес к экологической ответственности. Магазины секонд-хенд становятся популярными, помогая сократить отходы в индустрии моды. Бренды, предлагающие универсальный дизайн и уделяющие внимание долговечным материалам, влияют на рост ответственного потребительского поведения. Возможность возврата, обмена и ремонта поддерживает циклическую экономику.

Таблица 20. Лидеры на рынке женской одежды

Компании	Доля на рынке, %
H&M Hennes & Mauritz BV & Co KG	3,8
C&A Mode GmbH & Co KG	3,2
About You SE & Co KG	2,7
Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	2,2
KiK Textilien & Non-Food GmbH	2
Gerry Weber Retail GmbH	2
Остальные компании	84,1

⁶⁴ Euromonitor International 2023.

Разнообразие, инклюзивность и поддержка женщин являются важными аспектами для онлайн-торговли, а искусственный интеллект в онлайн-покупках приобретает важное значение. Немецкая женская одежда остается фрагментированной, с ростом интереса к мелким и местным предприятиям. Сложности в поставках и логистике за рубежом открывают возможности для отечественных производителей. Переход к местным и более устойчивым брендам привлекает внимание и укрепляет фрагментацию на рынке.

Рынок мужской одежды

Розничные продажи на рынке мужской одежды Германии выросли на 6,9% в 2023 году и достиг 17,2 млрд евро. Прогноз продаж говорит о среднегодовом росте 3,4% или 29,6 млрд евро в 2028 году⁶⁵. В структуре продаж верхняя одежда занимает 89%.

Рисунок 46. Структура продаж мужской одежды в Германии



В 2022 году в Германии мужская одежда продолжала показывать рост после ускоренного темпа в конце 2021 года. Восстановление обычной жизни и открытие магазинов после ослабления ограничений стимулировали спрос на одежду и обувь. Улучшение ситуации с Covid-19 позволило правительству ослабить меры, способствуя активному восстановлению международных поездок и повышению интереса к пляжным направлениям. Возвращение на работу также поддерживает спрос на офисные предметы мужской одежды, включая костюмы. После значительных потерь в 2020 году спрос на купальники заметно возрос в 2022 году, а также увеличился интерес к верхней одежде, включая джинсы, в связи с возвращением к повседневным и офисным ситуациям.

Таблица 21. Лидеры на рынке мужской одежды

Компании	Доля на рынке, %
H&M Hennes & Mauritz BV & Co KG	4,8
C&A Mode GmbH & Co KG	3,8
Hugo Boss AG	3,6
Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	3
Ernsting's Family GmbH & Co KG	2,3
Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	2,1
Остальные компании	80,4%

⁶⁵ Euromonitor International 2023.

H&M Hennes & Mauritz сохраняет лидерство в мужской одежде в Германии в 2022 году, предлагая широкий ассортимент и оставаясь доступным в офлайне и онлайн. C&A Mode удерживает второе место, акцентируя устойчивость в магазинах. Пандемия изменила спрос на рабочую одежду, и сегмент высокой стоимости сбалансирован дисконтами, такими как Lidl и Aldi. Онлайн-покупки приносят преимущества, но физические магазины возвращаются, особенно с улучшением обстановки с Covid-19. Новые формы оплаты, такие как BNPL, становятся популярными. Розничная электронная коммерция продолжает расти, а потребители оценивают инновации в оплате. Новый взгляд на рабочую одежду обусловлен изменениями в структуре работы, и джинсы премиум-класса ожидается продолжение роста.

Таблица 22. Импорт одежды (товарные группы 61 и 62) ОАЭ 2022 года⁶⁶

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Объем импорта, млн долл США	ТОП-3 стран-поставщиков	Доля в импорте
6110	Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного ...	6041	Китай	25 %
			Бангладеш	25 %
			Турция	14 %
6204	Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками . . .	5404	Китай	21 %
			Бангладеш	17 %
			Турция	15 %
6203	Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи . . .	5189	Бангладеш	27 %
			Турция	14 %
			Пакистан	10 %
6109	Майки, фуфайки с рукавами и прочие нательные фуфайки трикотажные машинного или ручного вязания	4823	Бангладеш	36 %
			Турция	15 %
			Китай	9 %
6104	Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками ...	4154	Бангладеш	25 %
			Китай	22 %
			Турция	11 %
6202	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .	2538	Китай	49 %
			Вьетнам	10 %
			Мьянма	9 %
6201	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .	1446	Китай	38 %
			Бангладеш	12 %
			Вьетнам	11 %
6115	Колготы, чулки, гольфы, носки и подследники и прочие чулочно-носочные изделия, включая компрессионные ...	1320	Китай	28 %
			Турция	26 %
			Пакистан	7 %
6206	Блузки, блузы и блузоны женские или для девочек	1106	Китай	21 %
			Индия	16 %
			Бангладеш	16 %
6114	Предметы одежды прочие трикотажные машинного или ручного вязания	1098	Китай	20 %
			Италия	14 %
			Бангладеш	13 %
6210	Предметы одежды, изготовленные из материалов товарной позиции 5602, 5603, 5903, 5906 или 5907	1078	Китай	46 %
			Бангладеш	10 %
			Вьетнам	7 %
6205	Рубашки мужские или для мальчиков	999	Бангладеш	32 %
			Китай	13 %
			Вьетнам	9 %
6108	Комбинации, нижние юбки, трусы, панталоны, ночные сорочки, пижамы, пеньюары, купальные халаты, ...	985	Китай	28 %
			Бангладеш	26 %
			Индия	7 %
6212	Бюстгальтеры, пояса, корсеты, подтяжки, подвязки и аналогичные изделия и их части трикотажные . . .	924	Китай	36 %
			Бангладеш	15 %
			Индонезия	6 %
6102		819	Китай	31 %
			Бангладеш	20 %

⁶⁶ Примечание. Здесь анализ проводится на 4-значном уровне кодов ТН ВЭД.

	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .		Камбоджа	9 %
6105	Рубашки трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков	752	Бангладеш	77 %
			Турция	4 %
			Китай	3 %
6211	Костюмы спортивные, лыжные и купальные; предметы одежды прочие	698	Китай	30 %
			Турция	10 %
			Бангладеш	8 %
6111	Детская одежда и принадлежности к детской одежде трикотажные машинного или ручного вязания	643	Бангладеш	34 %
			Китай	20 %
			Индия	12 %
6107	Кальсоны, трусы, ночные сорочки, пижамы, купальные халаты, домашние халаты и аналогичные изделия . . .	631	Бангладеш	25 %
			Китай	22 %
			Индия	9 %
6103	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и ляжками, бриджи ...	631	Китай	18 %
			Турция	14 %
			Бангладеш	14 %
6112	Костюмы спортивные, лыжные и купальные трикотажные машинного или ручного вязания	522	Китай	32 %
			Камбоджа	13 %
			Бангладеш	12 %
6116	Перчатки, рукавицы и митенки трикотажные машинного или ручного вязания	515	Китай	53 %
			Шри-Ланка	14 %
			Пакистан	10 %
6101	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные . . .	427	Китай	23 %
			Бангладеш	18 %
			Камбоджа	10 %
6106	Блузки, блузы и блузаны трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек	340	Бангладеш	26 %
			Турция	21 %
			Китай	15 %
6214	Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали и аналогичные изделия	183	Китай	82 %
			Италия	17 %
			Индия	11 %
6117	Принадлежности к одежде трикотажные машинного или ручного вязания готовые прочие; части одежды . . .	170	Китай	60 %
			Италия	7 %
			Турция	5 %
6113	Одежда из трикотажного полотна машинного или ручного вязания товарной позиции 5903, 5906 или . . .	165	Китай	57 %
			Камбоджа	9 %
			Вьетнам	9 %
6209	Детская одежда и принадлежности к детской одежде	165	Китай	30 %
			Бангладеш	28 %
			Турция	8 %
6208	Майки и нательные фуфайки прочие, комбинации, нижние юбки, трусы, панталоны, ночные сорочки, . . .	145	Турция	25 %
			Китай	18 %
			Бангладеш	12 %
6216	Перчатки, рукавицы и митенки	100	Китай	82 %
			Франция	7 %
			Турция	3 %

Источник: TradeMap (Международный торговый центр)

Более 40% импорта одежды в Германию обеспечивается поставками из Бангладеша и Китая. В период 2018–2022 годы показатели среднегодового роста импорта одежды были разными, так импорт трикотажных изделий вырос на 6%, а швейных изделий (нетрикотажных) на 1%.

ПОТЕНЦИАЛ ЭКСПОРТА КЫРГЫЗСТАНА

Экспорт швейного сектора КР растет в среднем на 57% ежегодно за последние 5 лет, а трикотажные изделия сократили экспорт на 7%. Кыргызстан не экспортирует в Германию (редкие малые поставки).

Поскольку на рынке одежды в Германии преобладают международные, региональные и локальные бренды, экспортерам из Кыргызстана стоит активно готовиться к производству для крупных игроков. Для этого рекомендуется изучать стратегии снабжения, используемые ведущими мировыми компаниями или местными брендами, и затем предлагать свои услуги.

РАЗДЕЛ 4: ОБЗОР ЛАНДШАФТА ДЕЛОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Экономика Германии является четвертой по величине в мире, на ее долю приходится четверть ВВП Европейского Союза. Ее «социальная рыночная» экономика в основном следует рыночным принципам, но со значительной степенью государственного регулирования и широкими программами социального обеспечения.

Хотя рейтинг Германии в Индексе экономической свободы⁶⁷ 2023 года опустился на 14-е место в мире по сравнению с предыдущим годом, страна входит в группу «в основном свободных» стран из-за ее превосходной приверженности правилу экономической свободы. закон. Нормативно-правовая среда также весьма благоприятна, что позволяет бизнесу быть конкурентоспособным на мировой арене.

Германия является крупнейшим потребительским рынком в Евросоюзе. Значение немецкого рынка выходит далеко за его пределы. Огромный объем торговли в Германии осуществляется на некоторых крупнейших мировых торговых мероприятиях, таких как Medica, Ганноверская ярмарка, Automechanika и Туристическая выставка ITB. После пандемии COVID-19 многие из этих ярмарок в 2022 году возвращаются в качестве очных мероприятий. Объем торговли, количество потребителей и географическое положение Германии в центре Евросоюза делает его краеугольным камнем, вокруг которого многие американские фирмы стремятся построить свои стратегии европейской и мировой экспансии.

Демографические изменения и, как следствие, нехватка рабочей силы, узкие места в цепочках поставок, обременительная задолженность, особенно на муниципальном уровне, высокая инфляция и более высокие цены на энергоносители из-за войны в Украине являются факторами, которые могут снизить конкурентоспособность Германии в краткосрочной перспективе.

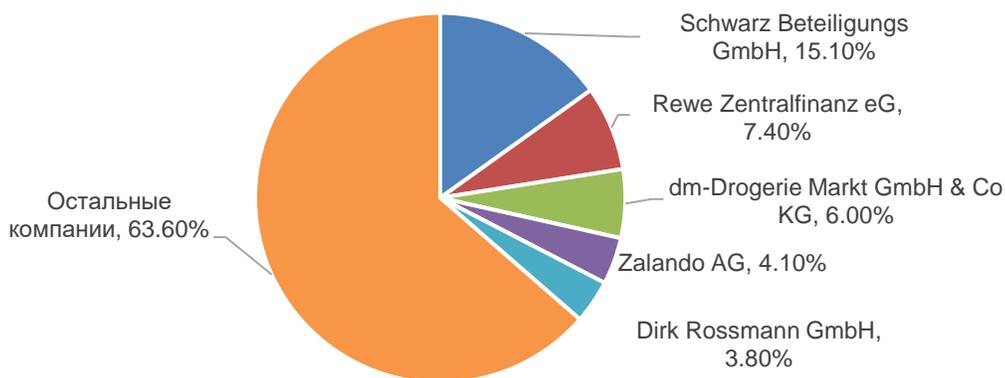
Розничная торговля в Германии зависит от спроса со стороны ресторанов и баров, спортивных и развлекательных услуг, а также государственного управления, обороны и социального обеспечения. Эти покупатели обеспечили 44,9% общего спроса в 2022 году, что указывает на то, что отрасль в значительной степени зависит от ключевых покупателей. Прогнозируется, что в 2022–2027 годах рост ресторанов и баров, спортивных и развлекательных услуг, а также государственного управления, обороны и социального обеспечения ускорится, что указывает на более высокий спрос на розничную торговлю в течение прогнозируемого периода⁶⁸.

⁶⁷ Индекс экономической свободы (с англ. Index of Economic Freedom) – Индекс экономической свободы документирует положительную взаимосвязь между экономической свободой и множеством положительных социальных и экономических целей.

⁶⁸ Euromonitor International 2023.

Ожидается, что сохраняющееся инфляционное давление будет ограничивать покупательную способность немецких потребителей, что приведет к замедлению роста дискреционных расходов. Тем не менее, в долгосрочной перспективе доходы потребителей будут расти благодаря росту производительности, инвестициям в инфраструктуру и сильному технологическому прогрессу. В результате будущая дискреционная покупательная способность будет в основном сосредоточена среди потребителей среднего возраста, которые, по прогнозам, получают выгоду от самого высокого среднего уровня дохода.

Рисунок 47. Оборот крупнейших розничных компаний в 2022 году⁶⁹.



Источник: © Euromonitor International

Общее количество компаний, работающих в отрасли, сократилось в 2022 году до 710 242 компаний. Отрасль можно считать фрагментированной, так как на долю пяти крупнейших компаний в 2022 году пришлось 36,4% стоимости продукции. Концентрация отрасли за год возросла. *Schwarz Beteiligungs GmbH* оставалась ведущей компанией в сфере розничной торговли Германии (с рыночной долей 15,1%).

МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ПЛАТФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Отношения между Кыргызстаном и Германией опираются на правовую базу, представленную Совместным Заявлением об основах отношений 1992 года и Документом об установлении дипломатических отношений 1992 года. Германию считают одним из важнейших партнеров Кыргызстана в Европе, и их двусторонние отношения базируются на крепких и дружественных связях.

Германия, являясь одной из ведущих экономик в мире и крупнейшей в Европе, безусловно, представляет повышенный интерес для Кыргызстана.

Для развития торгово-экономического сотрудничества создана договорно-правовая база, среди них Договор о содействии осуществлению и взаимной защите капиталовложений от 28 августа 1997 года и Соглашение об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доходы и имущество от 1 декабря 2005 года.

В ходе рабочего визита 29 сентября 2023 года состоялась встреча Президента КР Садыра Жапарова с Федеральным Президентом Германии Франком-Вальтером Штайнмайером совместно с другими лидерами стран Центральной Азии.

⁶⁹ Отчет «Розничная торговля в Японии: ISIC 52». Euromonitor International, май 2022 г.

В ходе рабочего визита 8 ноября 2023 года Председателя кабинета министров КР Акылбека Жапарова в Германию состоялось второе заседание Кыргызско-Германского делового совета с участием представителей кыргызских и германских компаний, а также представителей правительств. Также в рамках визита был организован кыргызско-германский бизнес-форум «День экономики Кыргызстана в Гамбурге».

Предприниматели КР ежегодно принимают участие в различных международных выставках в Германии: «Зеленая неделя», «Biofach Nürnberg», «ITB Berlin», «Anuga», «Bazaar Berlin» и других.

СПИСОК ОСНОВНЫХ ТОРГОВЫХ ВЫСТАВОК И B2B⁷⁰ ПЛОЩАДОК

Германия является крупнейшей экономикой, которая организует крупнейшие мировые торговые выставки и конференции, где можно встретиться с покупателями из Германии, Европы и всего мира.

Таблица 23. Перечень выставок в Германии

Название	Тематика	Даты и место проведения
Международная выставка «IPM Essen»	Садоводство	23-26 января 2024 г. (Эссен)
Международная выставка «Международная зеленая неделя»	Продукты питания, напитки, сельское хозяйство, садоводство	19-28 января 2024 г. (Берлин)
Международная выставка «Ambiente»	Потребительские товары	26-30 января 2024 (Франкфурт-на-Майне)
Международная выставка «ISM»	Производство кондитерских изделий и снеков	28-31 января 2024 (Кельн)
Международная выставка «FRUIT LOGISTICA»	Фрукты и овощи	7-9 февраля 2024 (Берлин)
Международная выставка «BIOFACH+ VIVANESS»	Органические продукты питания, натуральные и органические товары	13-16 февраля 2024 (Нюрнберг)
Международная ярмарка «Internationale Handwerksmesse»	Ремесленничество	28 февраля – 3 марта 2024 (Мюнхен)
Международная туристическая выставка «ITB»	Туризм	5–7 марта 2024 (Берлин)
Международная выставка «Internoga»	Гостиничный, гастрономический и хлебопекарный бизнес	8–12 марта 2024 (Гамбург)
Международная выставка «Anuga FoodTec»	Технологии пищевого производства	19–22 марта 2024 (Кельн)
Международная выставка «Anuga»	Кулинария	4–8 октября 2024 (Кельн)
Международная выставка «ISPO Munich»	Спортивные товары и одежда	ноябрь 2024 (Мюнхен)

ТРЕБОВАНИЯ ПО ВВОЗУ ОБРАЗЦОВ ПРОДУКТОВ

Пробные поставки пищевых продуктов, содержащих мясо, птицу или сыр с предприятий, которые не одобрены для экспорта в ЕС, требуют отступления (специального разрешения на импорт) от

⁷⁰ b2b – business-to-business. Здесь торговля между компаниями.

(государственного) ветеринарного органа в первом порту въезда в Европейский Союз. Для поставок в Германию зачастую это аэропорт Франкфурта. Аэропорт Франкфурта расположен в земле Гессен, поэтому за выдачу разрешения на ввоз отвечает ветеринарный пункт в столице земли Гессен Висбадене.

Запрос на отступление может быть сделан неофициально по электронной почте с указанием количества, страны происхождения, завода-производителя, состава (например, сырого или приготовленного мяса) продукта, предполагаемой цели (например, испытания оборудования, демонстрации на торговых выставках, конкурсах продуктов) и регистрационный номер компании-получателя. На основании этой информации ветеринарный офис выдает разрешение на импорт, в котором указываются ветеринарные сертификаты, необходимые в данном конкретном случае.

Разрешение на импорт выдается на немецком языке, и ветеринарный офис взимает небольшую плату. Из-за разницы во времени и языке рекомендуется, чтобы заявление на получение разрешения на импорт рассматривал немецкий получатель продукта, если это возможно.

СПИСОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЙ

Для экспортеров важно иметь в виду роль государственных и негосударственных организаций, которые могут быть полезными на разных этапах планирования и реализации экспортной деятельности. Среди них есть органы, регулирующие внешнюю торговлю и организации, работающие для развития международных торгово-экономических отношений.

Таблица 24. Контактная информация государственных и иных организаций Германии

Наименование организации	Веб-сайт
Посольство Кыргызской Республики в Федеративной Республике Германия	https://mfa.gov.kg/ru/dm/posolstvo-kyrgyzskoy-respubliki-v-federativnoy-respublike-germaniya
Федеральное министерство экономики и защиты климата	bmwi.de
Федеральное министерство продовольствия и сельского хозяйства	http://www.bmel.bund.de/EN
Федеральное управление по защите прав потребителей и безопасности пищевых продуктов	https://www.bvl.bund.de/EN/
Федеральное агентство по сельскому хозяйству и продовольствию	www.ble.de/EN/Home/home_node.html
Центральное таможенное управление	https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html
Федеральное центральное налоговое управление	https://www.bzst.de/EN/Home/home_node.html
Федеральное министерство финансов	bundesfinanzministerium.de
Министерство иностранных дел	diplo.de
Федеральное министерство юстиции	bmjv.de
Федеральное министерство экономического сотрудничества и развития	bmz.de
Торгово-промышленная палата	https://www.dihk.de/en
Портал доступа к рынку и служба поддержки торговли Евросоюза	https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home