



Association  
of European  
Businesses

AEBRUS.RU

77 Ежеквартальное деловое издание

# BUSINESS QUARTERLY

> Autumn/осень 2023 >>

## RETAIL TRADE: RESPONDING TO THE CHANGING LANDSCAPE

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: РЕАГИРУЯ  
НА ИЗМЕНЕНИЕ УСЛОВИЙ

Development of the  
labeling system in trade

Развитие системы  
маркировки в торговле

State regulation of  
prices: issues and risks

Регулирование цен:  
риски и вызовы

Key FMCG retail trends  
to shape the market

Ключевые тренды на  
рынке FMCG в 2023 году

Trade industry of the  
Kaliningrad region

Торговая отрасль  
Калининградской области



**TADZIO  
SCHILLING**

AEB Chief Executive Officer

## **DEAR FRIENDS,**

Let me welcome you in the beginning of another business season. It was symbolically kicked off by the organization of a large-scale networking event “Autumn Leaves” and continues with the publication of the third in 2023 issue of the “Business Quarterly” periodical, which is dedicated to retail trade issues.

The topics covered in the magazine address, among other things, the development of the labeling system in trade, the problem of state regulation of prices, the impact of parallel imports on the consumer market, the analysis of key trends that currently determine the state of the FMCG market, as well as the study of changes that have occurred in the trade industry of the Kaliningrad region.

I am grateful to the authors for the articles prepared and I am thankful to AEB Retail Trade Committee members for their

active work and successfully implemented initiatives. I would like to express my sincere gratitude to Nikita Kuznetsov, Head of the Department of the Internal Trade Development, Ministry of Industry and Trade of Russia, for the welcome speech provided to the readers.

As always, the publication contains brief information on the most significant events organized by AEB over the last three months, provides data on Russia’s economic indicators, and presents an overview of the Association’s activities in the field of interaction with government authorities.

As usual, the final section of the magazine is devoted to the description of the companies that have joined AEB. We look forward to long-term and productive cooperation and wish the new members of the Association success in achieving their goals.

## **ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!**

Позвольте поприветствовать вас в начале очередного делового сезона. Его символический старт был дан организацией масштабного нетворкинг-мероприятия АЕБ «Осенние листья» и продолжен выпуском третьего в текущем году номера ежеквартального издания "Business Quarterly", который посвящен вопросам розничной торговли.

Темы, рассматриваемые в публикации, касаются среди прочего развития системы маркировки в сфере торговли, проблемы государственного регулирования цен, влияния параллельного импорта на потребительский рынок, анализа ключевых трендов, определяющих в настоящее время состояние FMCG-рынка, а также исследования изменений, произошедших в торговой отрасли Калининградской области.

Я благодарен авторам за подготовленные для журнала статьи и признателен членам Комитета АЕБ по розничной торговле за активную деятельность и успешно реализуемые

инициативы. Отдельно я хотел бы выразить благодарность Никите Кузнецову, Директору Департамента развития внутренней торговли Министерства промышленности и торговли России, за предоставленное для читателей приветственное слово.

Как всегда, в публикации содержится краткая информация о наиболее значимых мероприятиях, организованных АЕБ за последние три месяца, приведены данные об экономических показателях России, представлен обзор деятельности Ассоциации в сфере взаимодействия с органами государственной власти.

Как обычно, заключительный раздел издания посвящен описанию компаний, которые присоединились к АЕБ. Мы надеемся на долгосрочное и продуктивное сотрудничество и желаем новым членам Ассоциации успехов в достижении целей.



## NIKITA KUZNETSOV

Head of the Department of the Internal Trade Development, Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation

### DEAR COLLEAGUES, DEAR FRIENDS!

We are now, in a sense, at a turning point, when things that have long been familiar to everyone are being rethought. Things that seemed immutable a couple of years ago: an open market, the unimpeded movement of goods and services, mass international tourism and much more.

I am glad that in our industry, in trade, there are traditionally good relations between Russian and foreign trade operators who once came to work in Russia and were given the green light for comprehensive development in our country. The state gave them the same treatment as its own national players, and international trading companies were able to grow seriously and take a significant share of the Russian market.

Unfortunately, some of them were unable to resist the pressure at home, and either stopped working in our country altogether, or practically curtailed their work. However, it is encouraging that of the total number of foreign trade operators, these are a minority. And those who remained are

successfully working despite the difficult conditions for all trade, participating in solving the socially important task of stable supply of the country's population with a wide range of goods at affordable prices. International brands leaving the market are being replaced by Russian brands, logistics issues are being resolved, and online trading is actively developing. The niches that have been freed up are quickly being occupied by Russian players. Almost all the space in shopping centers that was vacated by global brands is already occupied by national operators.

Is it good for the Russian economy? Time will tell, as history knows no examples for comparison. But we are cautiously optimistic that all will be well and that the current turning points and trends will give a serious impetus and stimulus for the development of the consumer market and trade.

I wish the member companies of the Association of European Businesses further successful development in Russia!

## **НИКИТА КУЗНЕЦОВ**

Директор Департамента развития  
внутренней торговли, Министерство  
промышленности и торговли  
Российской Федерации

### **УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ, ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!**

Мы сейчас находимся в каком-то смысле на переломном этапе, когда переосмысливаются давно привычные для всех вещи. Вещи, которые ещё пару лет назад казались неизблемыми: открытый рынок, беспрепятственное движение товаров и услуг, массовый международный туризм и многое другое.

Радует, что в нашей отрасли, в торговле, сложились традиционно добрые отношения между российскими и зарубежными торговыми операторами, которые когда-то пришли работать в Россию, и которым был дан «зеленый свет» на всестороннее развитие в нашей стране. Государство предоставило им такой же режим, как и собственным национальным игрокам, и международные торговые компании смогли серьезно вырасти и занять значимую долю на российском рынке.

К сожалению, некоторые из них не смогли противостоять давлению у себя дома и либо прекратили работу в нашей стране совсем, либо практически свернули её. Однако радует, что из общего количества зарубежных торговых

операторов таких – меньшинство. А те, кто остались, успешно работают, несмотря на трудные для всей торговли условия, участвуя в решении социально важной задачи стабильного снабжения населения страны широким ассортиментом товаров по доступным ценам. Уходящие с рынка товары международных брендов замещаются российскими, решаются вопросы логистики, активно развивается онлайн-торговля. Высвободившиеся ниши быстро занимают российскими игроками. Практически все площади в торговых центрах, которые были освобождены мировыми брендами, уже заняты национальными операторами.

Хорошо ли это для экономики России? Время покажет, ибо примеров для сравнения история не знает. Но выразим осторожный оптимизм, что всё будет хорошо, и происходящие переломные события и тенденции дадут серьезный толчок и стимул для развития потребительского рынка и сферы торговли.

Желаю компаниям-членам Ассоциации европейского бизнеса дальнейшего успешного развития в России!



## ALEXEY GRIGORIEV

Chairman of the AEB Retail  
Trade Committee;  
Corporate Public Policy  
Director, METRO Russia

### DEAR READERS,

On the pages of a new AEB “Business Quarterly” issue you will find a number of articles related to retail trade. It just so happens that the present time has turned out to be appropriate to talk about this industry – one of the largest and most dynamic in the country.

It is no exaggeration to say that during the turbulent years the social well-being of the nation depended to a large extent on how successfully the trade was able to cope with a huge variety of challenges. The task of consistent satisfying the crisis demand urged retailers to promptly solve the issues of goods availability while maintaining their quality, to build cooperation with suppliers in the most difficult external conditions, to engage in fundamental restructuring of logistics, to restrain inflationary processes, as well as to interact with the state, which, on the one hand, sought to provide practical assistance in solving emerging problems, and on the other hand, also caused those problems itself by actively interfering in functioning of consumer market mechanisms.

Shock periods are followed by stages of some stabilization. The market keeps moving, and the trading industry is trying to recognize the direction in which it will change next, to discern the factors that will affect it.

It is time to discuss the transformation of consumer preferences, changes in effective demand, new patterns of consumer behavior, the path the market is taking and the impact of changing circumstances on it, as well as to consider how the state is developing a sectoral policy towards trade, including through price and import regulation, introduction of new and expansion of existing traceability systems, and to take a look at the work of retail at the regional level.

All of these themes will be covered by my colleagues in this issue, and I hope that the information provided and the expert opinions expressed will help readers to better understand the current situation in Russian retail trade.

I wish you an interesting and useful introduction to the current topics in our industry.

## АЛЕКСЕЙ ГРИГОРЬЕВ

Председатель Комитета АЕБ по розничной торговле;  
Директор по корпоративной внешней политике,  
«МЕТРО Россия»

### ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

На страницах нового выпуска ежеквартального делового издания АЕБ вы найдете ряд статей, касающихся торговли. Так совпало, что нынешнее время оказалось весьма подходящим для разговора на темы этой отрасли – одной из крупнейших и самых динамичных в стране.

Без преувеличения можно утверждать, что в турбулентный период социальное самочувствие страны во многом зависело от того, насколько успешно именно торговля справлялась с колоссальным многообразием вызовов. Задача бесперебойного удовлетворения кризисного спроса требовала от ритейла в экстренном порядке решать вопросы доступности товаров при сохранении их качества, выстраивать сотрудничество с поставщиками в сложнейших внешних условиях, заниматься фундаментальной перестройкой логистики, сдерживать инфляционные процессы, а также взаимодействовать с государством, которое, с одной стороны, стремилось оказать практическую помощь в решении возникающих проблем, а с другой – создавало их само, активно вмешиваясь в работу механизмов потребительского рынка России.

Шоковые периоды сменяются этапами определенной стабилизации. Рынок не стоит на месте, и торговая от-

расль пытается распознать, в каком направлении он будет меняться дальше, определить факторы, которые на это повлияют.

Именно поэтому настало время поговорить о том, как трансформируются покупательские предпочтения, как меняется платежеспособный спрос, что из себя будут представлять новые модели потребительского поведения, каким путем идет рынок, как на него влияют меняющиеся обстоятельства, как государство строит отраслевую политику в отношении торговли, в том числе через регулирование цен и импорта, через внедрение новых и расширение существующих систем прослеживаемости, посмотреть на работу торговли на региональном уровне.

Все эти темы мои коллеги затронут на страницах этого выпуска, и я надеюсь, что представленная ими информация и высказанные экспертные мнения помогут читателям лучше разобраться в современном положении дел в российской торговле.

Желаю Вам интересного и полезного знакомства с актуальными вопросами нашей отрасли.

# CONTENTS

СОДЕРЖАНИЕ





**8 – 12**



**DEVELOPMENT  
OF THE LABELING SYSTEM  
IN TRADE IN 2023**

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ  
МАРКИРОВКИ В СФЕРЕ  
ТОРГОВЛИ В 2023 ГОДУ

**14 – 19**

**STATE REGULATION  
OF PRICES: PRACTICE,  
RISKS, SOLUTIONS**

ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН:  
ПРАКТИКА, РИСКИ,  
РЕШЕНИЯ

**20 – 23**

**PARALLEL IMPORTS IN  
RUSSIA: PROS AND CONS  
FOR THE CONSUMER  
MARKET**

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ  
В РОССИИ: ПЛЮСЫ  
И МИНУСЫ ДЛЯ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО  
РЫНКА

**24 – 29**



**MAJOR FMCG RETAIL  
TRENDS IN 2023**

ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ  
FMCG-РИТЕЙЛА  
В 2023 ГОДУ

**30 – 35**

**HOW THE EXCLAVE LIVES:  
RETAIL TRADE IN THE  
KALININGRAD REGION  
UNDER CURRENT  
CONDITIONS**

КАК ЖИВЕТ ЭКСКЛАВ:  
РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ  
КАЛИНИНГРАДСКОЙ  
ОБЛАСТИ В ТЕКУЩИХ  
УСЛОВИЯХ

**36 – 41**

**AEB HIGHLIGHTS**

ВАЖНЫЕ СОБЫТИЯ АЕБ

**42 – 45**

**AEB ANALYTICS**

АНАЛИТИКА АЕБ

**46 – 47**

**AEB LOBBYING**

ПРОДВИЖЕНИЕ  
ИНТЕРЕСОВ КОМПАНИЙ

**48 – 55**

**AEB NEW COMPANIES**

НОВЫЕ КОМПАНИИ АЕБ





**IRINA PECHERINA**

Head of Government Relations  
Department, METRO Russia

# DEVELOPMENT OF THE LABELING SYSTEM IN TRADE IN 2023

The development of the national system of digital labeling and traceability of goods “Chestny Znak” (“Honest Mark”) received additional impetus in 2023. Among the most significant “premieres” in this area were the launch of both testing and traceability for new product groups, experiments on banning the sale of goods at the cash register and an experiment on synchronization with resources of the Federal Service for Accreditation (Rosaccreditation) to link paper permits to the labeling of goods.

The digitalization of the economy undoubtedly implies introduction of new services and tools to confirm quality and safety of products circulating on the market. At the same time, retailers have to work with several traceability systems at once (including the EGAIS for alcoholic beverages, “Mercury” for veterinary products, etc.), which creates considerable difficulties for retailers, although even at the early stage of implementation of state information systems the industry proposed to fix the principle of universality of the traceability system in the Russian market and to ensure the integration of existing and emerging systems by creating a unified information service (“one window”) in order to avoid additional burdens for business. In this context, of course, one can only welcome “Chestny Znak” development by expanding its functional scope instead of creating additional (new) traceability and control systems. However, as long as this does not lead to abolition of other systems, the issue of overcoming the multiplicity of state information systems definitely remains on the agenda of Russian trade.

## NEW PRODUCT GROUPS

This spring labeling of beer and low-alcohol beverages was launched, in fall – mandatory labeling of biologically active additives, antiseptics, medical products and children’s drinking

water will start, and in December the first stage of labeling of all types of soft drinks, except for juices, nectars, morsels and beverages based on vegetable raw materials (in glass and polymer packaging) will be introduced. Among others, this year an experiment on labeling of sturgeon and salmon caviar was initiated, which will continue until the end of March 2024, meaning that next year there will be mandatory labeling for this product group as well. Labeling of children’s goods is also under active consideration.

In view of the continuous expansion of labeling to new product categories, it is particularly important for trade to prepare for its implementation in advance and to work with producers to test all the processes related to work with labeled goods to minimize the error rate at the mandatory stage.

## BAN ON SALES AT THE CASH REGISTER

In February 2023, an experiment was launched to allow products (dairy products, packaged water, beer and tobacco) to be blocked from sale at the cash register. Among the grounds for prohibiting sales are expired shelf life, absence of necessary data in the labeling system, incorrect verification code, etc. According to the Center for Development of Perspective

Technologies (CRPT), “Chestny Znak” operator, the largest federal retail chains, including METRO, Magnit, Bristol, Lenta, and others are participating in the experiment. Based on the results of the experiment, the Russian Government is to decide whether to make such functionality mandatory.

Obviously, the release of any additional technology that facilitates and minimizes errors in manual labor can only be welcomed. Nevertheless, it is already clear that introduction of such functionality should be accompanied by distribution of responsibility between all involved parties for those violations that cause inability to sell a good. In addition, customizing processes for new mandatory requirements in trade typically takes at least 6–9 months from the adoption date. Meanwhile, a much shorter timeframe is currently envisioned for both the experiment and the enactment of the prohibition mechanism. This is complicated by the launch of a large number of new product groups for labeling in the near future, mastering new processes for the existing product groups, which will require retailers to refine their internal accounting systems and cash register equipment, and to invest additional substantial organizational resources. That is why it is important to take an extremely careful approach to the results of the experiment, to comprehensively study the consequences of possible decisions, including for small businesses.

### PERMISSION DOCUMENTATION

As part of the St. Petersburg International Economic Forum in June 2023, the Federal Accreditation Service and the CRPT signed an agreement on verification of permits for labeled goods. The agreement envisages that information on certificates and declarations confirming safety of goods listed in the State Information Labeling System (“GIS MT”) will be transferred from the registers of Rosaccreditation. Subsequently, it is planned to develop on this basis a mechanism for identifying batches of goods and warning businesses if documents confirming safety of goods do not receive confirmation of validity.

Such synchronization of different state information systems (Rosaccreditation and GIS MT) should be recognized as useful for business, as it will reduce technical regulation breaches and alert retailers of the need to promptly withdraw goods from sale in case of detected errors and violations.

### GROUP LABELING

One of the most acute issues for trade is group labeling introduction, which allows to optimize the checkout of goods by



**THE RELEASE OF ANY ADDITIONAL TECHNOLOGY THAT FACILITATES AND MINIMIZES ERRORS IN MANUAL LABOR CAN ONLY BE WELCOMED. BUT INTRODUCTION OF SUCH FUNCTIONALITY SHOULD BE ACCOMPANIED BY DISTRIBUTION OF RESPONSIBILITY BETWEEN INVOLVED PARTIES FOR THOSE VIOLATIONS THAT CAUSE INABILITY TO SELL A GOOD.**



---

**THE PROCESS OF IMPLEMENTING STATE INFORMATION SYSTEMS IS STILL ASSOCIATED WITH MAJOR DIFFICULTIES AND BURDENS FOR PARTICIPANTS OF THE RUSSIAN CONSUMER MARKET. POSITIVE DEVELOPMENTS PARTIALLY MITIGATE THESE CONSEQUENCES, BUT THE UNRESOLVED FUNDAMENTAL ISSUES HAVE A SERIOUS IMPACT ON THE MOTIVATION OF BUSINESSES TO ACTIVELY SUPPORT THE DIGITALIZATION COURSE IN THE COUNTRY'S CONSUMER MARKET.**

---

scanning the whole package once instead of scanning each unit of goods contained in such a package piece by piece (!). The failure to solve this problem is particularly painful for selling such mass consumer goods as dairy products, bottled water, beer and soft drinks.

It should be admitted that earlier this year there were significant positive changes in this area. For example, some manufacturers of packaged water have already started to apply the group package identification code ("KIGU"). In addition, a number of regulatory and legal documents were adopted, which allow to include the code of goods in the notification on the sale of labeled goods when selling them to organizations or individual entrepreneurs instead of the labeling code. All of the above measures are de-

signed to substantially simplify the processes of disposal of labeled goods, especially in wholesale trade. Accordingly, Russian companies expect further progress in the use of KIGU.

To sum up, it is clear that the process of implementing state information systems is still associated with major difficulties and burdens for participants of the Russian consumer market. Positive developments partially mitigate these consequences, but the unresolved fundamental issues – such as multiple systems, their interfacing with each other, the intensity and speed of introduction of new elements and expansion of the range of categories covered by labeling, and the lack of mandatory group labeling of goods – have a serious impact on the motivation of businesses to actively support this digitalization course in the country's consumer market.

## ИРИНА ПЕЧЕРИНА

Руководитель отдела по связям  
с органами государственной власти,  
METRO Russia

# РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКИРОВКИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ В 2023 ГОДУ

Развитие национальной системы цифровой маркировки и прослеживаемости товаров «Честный знак» получило дополнительные импульсы в 2023 году. Среди самых заметных «премьер» в этой сфере стали запуск как тестирования, так и прослеживаемости в отношении новых товарных групп, проведение экспериментов по запрету продажи товаров на кассе и эксперимента по синхронизации с ресурсами Росаккредитации с привязкой разрешительных документов к маркировке товаров.

Цифровизация экономики, несомненно, предполагает возникновение новых сервисов и инструментов, подтверждающих качество и безопасность продукции, обрабатываемой на рынке. Вместе с тем предприятиям торговли приходится работать сразу с несколькими системами прослеживаемости товаров (среди которых ЕГАИС для алкогольной продукции, «Меркурий» для ветеринарной и др.), что создает для ритейлеров значительные трудности, хотя еще на раннем этапе внедрения государственных информационных систем отрасль предлагала закрепить принцип единственности системы прослеживаемости товаров на российском рынке и обеспечить интеграцию действующих и создаваемых систем путем создания унифицированного информационного сервиса («единого окна»), чтобы избежать возникновения дополнительных обременений для бизнеса. В этом контексте, конечно, можно только приветствовать развитие системы «Честный знак» за счет расширения ее функционала вместо создания дополнительных (новых) систем прослеживаемости и контроля. Однако пока это не приводит к упразднению других систем, вопрос о преодолении множественности государственных информационных систем точно остается в повестке дня российской торговли.

## НОВЫЕ ТОВАРНЫЕ ГРУППЫ

Весной этого года началась маркировка пива и слабоалкогольных напитков, осенью стартует обязательная маркировка биологически активных добавок, антисептиков, медицинских изделий и детской питьевой воды, а с декабря начинается первый этап маркировки всех видов безалкогольных напитков, за исключением соков, нектаров, морсов и напитков на растительном сырье (в стекле и полимерной упаковке). Среди прочих в этом году был запущен эксперимент по маркировке икры осетровых и лососевых рыб, который продолжится до конца марта 2024 года, а значит, в следующем году наступит обязательная маркировка и для данной товарной группы. Активно прорабатывается и маркировка детских товаров.

В свете непрерывно распространяющейся маркировки на новые товарные категории для организаций торговли особенно важно заблаговременно готовиться к ее внедрению и совместно с производителями проводить тестирование приемки, считывания и выбытия кодов маркировки для минимизации процента ошибок на обязательной стадии.

## ЗАПРЕТ ПРОДАЖИ НА КАССЕ

В феврале 2023 года стартовал эксперимент по возможности блокировки продукции (молочной продукции, упакованной воды, пива и табака) при продаже на кассе. Среди оснований для запрета продажи – истекший срок годности, отсутствие необходимых данных в системе маркировки, некорректный код проверки и т.п. Согласно данным оператора системы маркировки «Честный знак» – Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ), в эксперименте принимают участие крупнейшие федеральные торговые сети, включая «Магнит», «Бристоль», «Ленту» и др. По результатам эксперимента Правительство РФ должно решить, делать ли подобный функционал обязательным.

Безусловно, появление любой дополнительной технологии, позволяющей облегчить и минимизировать ошибки при ручном труде, можно только приветствовать. Тем не менее уже сейчас очевидно, что внедрение такого функционала должно сопровождаться распределением ответственности между участниками оборота товаров за те нарушения, которые повлекли за собой невозможность продажи товара. Кроме того, настройка процессов под новые обязательные требования в торговле обычно занимает не менее шести-девяти месяцев с момента их утверждения. Между тем в настоящее время предполагаются гораздо более сжатые сроки как проведения эксперимента, так и ввода в действие механизма запрета. Это осложняется запуском в ближайшее время большого количества новых товарных групп для маркировки, освоением новых процессов по уже действующим товарным группам, что потребует от предприятий торговли доработки внутренних учетных систем и кассового оборудования, вложения дополнительных существенных организационных ресурсов. Именно поэтому важно крайне аккуратно подходить к итогам эксперимента, всесторонне изучать последствия возможных решений, в том числе для малого бизнеса.

## РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

В рамках Петербургского международного экономического форума в июне 2023 года Федеральная служба по аккредитации и ЦРПТ подписали соглашение о проверке разрешительной документации на маркированные товары. Оно предполагает, что из реестров Росаккредитации будет передаваться информация о сертификатах и декларациях, подтверждающих безопасность товаров, внесенных в государственную систему маркировки товаров (ГИС МТ). В последующем предусматривается создание на этой основе механизма выявления партий товаров и предупреждения

бизнеса, если документы, подтверждающие безопасность товаров, не получают подтверждения действительности.

Такую синхронизацию разных государственных информационных систем (Росаккредитации и ГИС МТ) следует признать полезной для бизнеса, так как она позволит сократить нарушения в области технического регулирования и будет сигнализировать торговле о необходимости оперативно снимать товар с реализации в случае выявленных ошибок и нарушений.

## ГРУППОВАЯ МАРКИРОВКА

Отдельный острый вопрос для предприятий сферы торговли – введение групповой маркировки, которая позволяет оптимизировать выбытие товаров на кассе путем однократного сканирования целой упаковки вместо поштучного (!) сканирования каждой единицы товара, содержащейся в такой упаковке. Нерешенность данной проблемы особенно болезненно отражается на процессе продажи таких массовых товаров народного потребления, как молочная продукция, бутилированная вода, пиво и безалкогольные напитки.

Надо признать, что в начале года в этом направлении произошли значимые положительные изменения. Так, некоторые производители упакованной воды уже начали наносить код идентификации групповой упаковки (КИГУ). Кроме того, был принят ряд нормативно-правовых документов, допускающих возможность вместо кода маркировки товара включать в уведомление о реализации маркированного товара код товара при продаже организациям или индивидуальным предпринимателям. Все перечисленные меры нацелены на существенное упрощение процессов выбытия маркированных товаров, особенно в оптовой торговле. Соответственно, российские торговые компании рассчитывают на дальнейший прогресс в использовании КИГУ.

Подводя итог, нетрудно заметить, что процесс внедрения государственных информационных систем по-прежнему связан со значительными сложностями и обременениями для участников потребительского рынка России. Положительные сдвиги отчасти сглаживают эти последствия, однако нерешенность фундаментальных проблем – множественность систем, их сопряжение друг с другом, интенсивность и скорость внедрения новых элементов и расширения спектра охваченных маркировкой категорий, отсутствие обязательной групповой маркировки товаров – заметно влияет на мотивацию бизнеса в плане активной поддержки данного направления цифровизации потребительского рынка страны.

The logo for GARDIA, featuring the word "GARDIA" in a white, bold, sans-serif font inside a white rectangular border. A small orange square is positioned above the letter "A".

**GARDIA**

A decorative orange square frame on the left side of the page.

## Наша ответственность. Ваши возможности

С нами страхование станет для вас простым, комфортным и прозрачным

- Широкий спектр страховых услуг
- Финансовая надежность и стабильность
- Высокая степень доверия клиентов
- Индивидуальные страховые решения
- Прозрачное урегулирование страховых событий

[www.gardia.sk](http://www.gardia.sk)

г. Москва, 125315, Ленинградский  
проспект, д. 72, корп. 3, этаж 11,  
БЦ «Алкон»

+7 (495) 935 89 50  
[corporate@gardia.sk](mailto:corporate@gardia.sk)



**MARIA FILIPPOVA**

PR & Government Affairs  
Director, Lenta

# STATE REGULATION OF PRICES: PRACTICE, RISKS, SOLUTIONS

The problem of excessive government regulation remains one of the main challenges in trade, including for AEB member companies. The Retail Trade Committee has to deal with issues ranging from the size of the font on receipts to the quota of Russian goods on the shelf. But the activities of various authorities and politicians aimed at increasing government interference in the freedom of pricing is perhaps the most pressing issue that has been and remains at the center of the trade industry's attention.

## BACK IN HISTORY

The industry's particular concern in this regard is not surprising, since the freedom of pricing is at the very heart of both the market structure of the Russian economy as a whole and the operation of its essential segment, namely trade, in particular. It should be reminded that until the end of 2020, the Russian government was extremely cautious in its approach to price regulation. This was largely due to the fear of returning to the realities of the Soviet period. Back then, under the conditions of a planned economy (and strictly regulated prices), the population was constantly dealing with acute shortages of consumer goods. Even in a centralized economy, the state had to periodically raise retail prices by multiples and "at the request of the workers". The way to overcoming the deficit was opened in January 1992 through price liberalization and the Presidential Decree on freedom of trade. A rollback to 30 years ago would have been an unacceptable option neither for the public authorities, nor for the Russian society.

## EVENTS OF RECENT YEARS

In the conditions of the pandemic, the Russian authorities did decide to switch to direct price regulation, though only for two

commodities: granulated sugar and sunflower oil, and even then through voluntary agreements of market participants on temporary fixation of retail prices in trade and manufacturer's selling prices. The mechanism expectedly proved to be ineffective, and its implementation was phased out by October 2021.

Against this background, the Federal Antimonopoly Service started monitoring retail and purchase prices for a number of socially important goods in trade, reporting that the use of this tool led to a noticeable reduction in markups by retail chains. Meanwhile, the State Duma introduced bills proposing to set maximum markups for all elements of the distribution chain (from manufacturer to retailer): either to give the regions the right to set their own maximum trade markups for a number of socially important goods, or to replace the Government's right to apply direct price regulation with the obligation of such regulation in case of high inflation. It is fair to say that both of these bills were actually shelved, although they were formally kept on the State Duma's agenda for the next three years.

As the situation in the consumer market worsened in 2022, the issue of direct regulation of prices or trade markups has once again entered the political discourse. Another bill appeared





---

## **THE FUNDAMENTAL PROBLEM WITH THE ATTEMPTS OF VARIOUS AUTHORITIES TO PROPOSE CERTAIN WAYS OF STATE REGULATION OF PRICES LIES PRIMARILY IN THE INSUFFICIENT CONSIDERATION OF THE REALITIES OF THE DOMESTIC CONSUMER AND ESPECIALLY FOOD MARKET.**

---

on the State Duma's agenda, proposing a 10% limit on retail markups on a "basket" of socially important goods. And while the two bills of 2020 were removed from the agenda in 2023 after negative reviews of the Government, the newest bill has been hanging as a sword of Damocles over Russian trade for a year and a half.

In March 2022, a new legislative initiative was proposed by the FAS of Russia. It called for a special prohibition of concerted actions of business entities (which are already inadmissible under the current antimonopoly legislation) that result in setting

of "economically unjustified" prices for socially important goods. In case the Ministry of Economic Development detects a sharp rise in prices and receives a corresponding instruction from the Government of the Russian Federation, the FAS of Russia would issue warnings to business entities, according to which they would have to urgently "correct" everything under the threat of initiating proceedings for violation of the Law on Protection of Competition. It is clear that this would create a mechanism for forcing Russian trade to adjust retail prices based on subjective assessment of inflation and its causes, as well as on arbitrary application of antimonopoly measures.

## RISKS OF STATE REGULATION OF PRICES

The fundamental problem with the attempts of various authorities to propose certain ways of state regulation of prices lies primarily in the insufficient consideration of the realities of the domestic consumer and especially food market. This market is characterized – and this has become more evident than ever in the last three or four crisis years – by strong volatility of supply and demand caused by multidirectional fluctuations in the production and supply of goods, changes in their volume and production costs, combined with changes in the standard of living of the population and, as a consequence, ambiguous development of prices and purchasing power of Russian consumers.

Of course, from the managerial point of view, administrative restriction of prices or markups in the final link of the supply chain may seem to be the simplest and most understandable solution. However, a detailed analysis of the consequences of such an approach shows that it is untenable and even counterproductive. We are talking here about the violation of the basic laws of market economy, the postulates of which are the extraction of profit by entrepreneurs as a result of their activities.

Interference in pricing mechanisms deprives market participants of the incentive to do business, as government-prescribed pricing will not allow them to earn a reasonable income. In conditions when, due to a number of objective factors, suppliers' selling prices are increasing (and they account for about 70–80% of the final price in the retail trade), any artificial restriction of prices reduces or completely nullifies the interest of retailers in working with regulated goods.

This creates serious risks: either the emergence of a deficit of regulated goods (remember, we were talking about the socially important “basket”), or the accelerated extinction of small non-chain retailers, largely working and earning on such goods under conditions of free pricing.

At the same time, state regulation of prices will increase the degree of conflict between the participants of the commodity supply chain, as the subsequent links will seek maximum price reductions from the links of the preceding ones. Retailers are expected to put pressure on suppliers, and the latter – on producers of goods, producers – on suppliers of raw materials, etc.

One should also not discount the potential risk of growth in the volume of shadow trade, which in turn will proportionally lead to an increase in the costs of the state to combat it.

Thus, imbalances in commodity markets, formed by the government intervention in pricing, can lead to a significant distortion of price signals, enhancing the influence of pro-inflationary factors and creating prerequisites for a steady growth of inflationary expectations. Price regulation complicates the analysis of the current price situation. In case of widespread practice of price regulation, it may lead to underestimation of the strength of pro-inflationary factors.

Moreover, the whole experience of state regulation of prices proves that in the market economy the effect of inflation reduction, if it is achievable, can be obtained only through a huge market imbalance and for a relatively short period of time. And the stronger the state will squeeze prices, the more tangible will be their inevitable subsequent “rebound” to the normal market level.

## WHAT SHOULD BE DONE?

Based on all of the above, state regulation of prices obviously does not seem to be an effective and in the medium term acceptable solution to the problem of accessibility of food products for the low-income population groups. Much more effective and useful for the economy, society and ultimately for the state itself is the choice in favor of increasing the solvency of demand through various measures of state support of the population: social payments, targeted assistance, tax benefits and other measures.

On the other hand, it is also important to provide government support to agricultural and food producers to ensure that their selling prices are reduced while maintaining reasonable profitability.

Thirdly, it should be a question of promoting free competition – both between producers of food products and between food trade enterprises, which always works in the interests of the consumer to reduce prices and improve the quality of goods and services.

We in the AEB Retail Trade Committee hope that the Russian government will maintain its commitment to the market approach and refrain from administrative interference in the freedom of pricing. In our opinion, the challenging period Russia has been going through leaves no room for regulatory “experiments” that negatively affect the country’s consumer market and the social well-being of the population.

# ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН: ПРАКТИКА, РИСКИ, РЕШЕНИЯ

Проблема избыточного государственного регулирования остается одним из главных вызовов в торговле, в том числе и для компаний-членов АЕБ. Комитету по розничной торговле приходится заниматься самыми разнообразными вопросами – от размера шрифта на чеках до квоты российских товаров на полке. Но деятельность различных органов власти и политических деятелей, нацеленная на расширение государственного вмешательства в свободу ценообразования, – это, пожалуй, наиболее острый вопрос, который был и остается в центре внимания торговой отрасли.

## НЕМНОГО ИСТОРИИ

Особая обеспокоенность отрасли по этому поводу совершенно неслучайна, ведь свобода ценообразования лежит в основе как рыночного устройства российской экономики в целом, так и работы такого ее важнейшего сегмента, как торговля, в частности. Напомним, что до конца 2020 года российское государство крайне осторожно подходило к вопросам ценового регулирования. Во многом это объяснялось опасениями вернуться к реалиям советского периода. Тогда в условиях плановой экономики (и жестко регулируемых цен) население постоянно имело дело с острым дефицитом потребительских товаров. При этом даже в условиях централизованной экономики государству приходилось периодически поднимать розничные цены, причем кратно и «по просьбам трудящихся». Путь к преодолению дефицита был открыт в январе 1992 года через либерализацию цен и Указ Президента РФ о свободе торговли. Откат на 30 лет назад был бы уже неприемлемым вариантом ни для публичной власти, ни для российского общества.

## СОБЫТИЯ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ

В условиях пандемии российские власти все же решились на переход к прямому регулированию цен – прав-

да, только применительно к двум товарам: сахару-песку и подсолнечному маслу, да и то посредством добровольных соглашений участников рынка о временной фиксации розничных цен в торговле и отпускных цен производителя. Механизм ожидаемо показал свою неэффективность, и его реализация была свернута к октябрю 2021 года.

На этом фоне Федеральная антимонопольная служба приступила к мониторингу розничных и закупочных цен на ряд социально-значимых товаров в торговле, рапортуя о том, что применение данного инструмента привело к заметному снижению торговыми сетями их наценок на эти товары. А в Государственной Думе появились законопроекты, предлагавшие устанавливать предельные наценки для всех звеньев товаропроводящей цепи (от производителя до розничной торговли): либо дать регионам право устанавливать свои предельные торговые наценки на ряд социально-значимых товаров, либо заменить право Правительства применять прямое регулирование цен на обязанность такого регулирования в случае высокой инфляции. Справедливости ради надо сказать, что оба эти законопроекта фактически были положены на полку, хотя формально и не снимались с повестки Госдумы на протяжении последующих трех лет.



---

**ПРИНЦИПИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ПОПЫТОК РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ ПРЕДЛОЖИТЬ ТЕ ИЛИ ИНЫЕ СПОСОБЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН ЗАКЛЮЧАЕТСЯ ПРЕЖДЕ ВСЕГО В НЕДОСТАТОЧНОМ УЧЕТЕ РЕАЛИЙ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО И В ОСОБЕННОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА, КОТОРЫЙ ОТЛИЧАЕТСЯ СИЛЬНОЙ ВОЛАТИЛЬНОСТЬЮ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.**

---

При обострении ситуации на потребительском рынке в 2022 году в политическом дискурсе вновь встал вопрос о прямом регулировании цен или торговых наценок. На повестке Госдумы появился еще один законопроект, предложивший ограничение розничной наценки в 10% на «корзину» социально значимых товаров. И если два законопроекта 2020 года были сняты с повестки дня в 2023 году после отрицательных заключений Правительства, то новейший законопроект вот уже полтора года висит дамкловым мечом над российской торговлей.

В марте 2022 года с новой законодательной инициативой выступила ФАС России. Она предложила ввести особый запрет согласованных действий хозяйствующих субъектов (и без того недопустимых по действующему антимонопольному законодательству), которые приводят к установлению «экономически не обоснованной» цены на социально значимые товары. В случае фиксации Министерством экономического развития резкого роста цен и получения соответствующего поручения от Правительства РФ ФАС России выносила бы в отношении хозяйствующих субъектов предупреждения, в соответствии с которыми те должны были бы в

срочном порядке все «исправлять» под угрозой возбуждения дела о нарушении Закона о защите конкуренции. Понятно, что таким образом в отношении российской торговли создавался бы механизм принуждения к корректировке розничных цен, основанный на субъективной оценке инфляции и ее причин, а также на произвольном применении антимонопольных мер.

**РИСКИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН**

Принципиальная проблема попыток различных органов власти предложить те или иные способы государственного регулирования цен заключается прежде всего в недостаточном учете реалий отечественного потребительского и в особенности продовольственного рынка. А этот рынок отличается – и это, как никогда, стало заметно в последние три-четыре кризисных года – сильной волатильностью спроса и предложения, вызванной разнонаправленными колебаниями в производстве и поставках товаров, изменениями их объема и себестоимости, в сочетании с переменами в уровне жизни населения и, как следствие, неоднозначным развитием цен и покупательной способности российских потребителей.

Разумеется, с управленческой точки зрения административное ограничение цен или наценок в конечном звене товаропроводящей цепи может представляться наиболее простым и понятным решением. Однако детальный анализ последствий такого подхода показывает его несостоятельность и даже контрпродуктивность. Мы говорим здесь о нарушении базовых законов рыночной экономики, постулатами которых является извлечение прибыли предпринимателями в результате осуществления своей деятельности.

Вмешательство в механизмы ценообразования лишает участников рынка стимула к ведению бизнеса, поскольку предписанное государством ценообразование не позволит им получать разумный доход. В условиях же, когда в силу целого ряда объективных факторов растут отпускные цены поставщиков (а они составляют порядка 70-80% конечной цены в розничной торговле), любое искусственное ограничение цен снижает или совсем сводит на нет заинтересованность торговли в работе с регулируруемыми товарами.

Это создает серьезные риски: либо возникновения дефицита регулируемых товаров (напомним, речь шла о социально-значимой «корзине»), либо ускоренного вымирания предприятий малой несетевого розницы, во многом работающей и зарабатывающей именно на таких товарах в условиях свободного ценообразования.

Одновременно государственное регулирование цен повысит градус конфликтности между участниками товаропроводящей цепи, поскольку последующие звенья будут добиваться максимального снижения цен от звеньев предшествующих. Ритейл ожидаемо будет давить на поставщиков, а те – на производителей товаров, производители – на поставщиков сырья и т.д.

Не стоит также сбрасывать со счетов потенциальный риск роста объемов теневой торговли, что в свою очередь пропорционально приведет к увеличению издержек государства по борьбе с ней.

Таким образом, дисбалансы на товарных рынках, формируемые путем государственного вмешательства в ценообразование, могут приводить к значительному искажению ценовых сигналов, усиливая влияние проинфляционных факторов и создавая предпосылки для устойчивого роста инфляционных ожиданий. Регулирование цен осложняет анализ текущей ценовой си-

туации. В случае широкомасштабной практики регулирования цен это может привести к недооценке силы проинфляционных факторов.

Более того, весь опыт государственного регулирования цен показывает: в условиях рыночной экономики эффект снижения инфляции, если и достигим, то лишь путем колоссального разбалансирования рынка и на относительно непродолжительное время. И чем сильнее государство будет сжимать цены, тем ощутимее будет их неизбежный последующий «отскок» к нормальному рыночному уровню.

### ЧТО СЛЕДУЕТ СДЕЛАТЬ?

Исходя из всего вышесказанного, государственное регулирование цен очевидным образом не представляется действенным и в среднесрочном плане приемлемым решением проблемы доступности продовольственных товаров для малоимущих слоев населения. Гораздо более эффективным и полезным для экономики, общества и в конечном счете для самого государства представляется выбор в пользу повышения платежеспособности спроса через различные меры государственной поддержки населения: социальные выплаты, адресную помощь, налоговые льготы и прочие меры.

С другой стороны, важна и государственная поддержка производителей сельскохозяйственной продукции и питания, применение которой призвано обеспечивать снижение ими отпускных цен при сохранении разумной доходности.

В-третьих, речь должна идти о содействии развитию свободной конкуренции – как между производителями продовольственных товаров, так и между предприятиями продовольственной торговли, что всегда работает в интересах потребителя на снижение цен и повышение качества товаров и услуг.

Мы в Комитете АЕБ по розничной торговле надеемся, что российское государство сохранит свою приверженность рыночному подходу и воздержится от административного вмешательства в свободу ценообразования. На наш взгляд, переживаемый Россией непростой период не оставляет возможности для проведения регуляторных «экспериментов», негативно влияющих на потребительский рынок страны и социальное самочувствие населения.



**ARTEM PODSHIBIAKIN**

Deputy General Director, Head of Legal and GR Department, New Fashion

# PARALLEL IMPORTS IN RUSSIA: PROS AND CONS FOR THE CONSUMER MARKET

Russian civil legislation throughout the history of the post-Soviet period adhered to the national principle of exhaustion of intellectual rights to imported goods marked with trademarks<sup>1</sup>. In other words, the import of branded goods was allowed only with the consent of the right holder.

At the same time, both in the regulatory environment and in the circle of lawyers (theorists and practitioners), as well as among lobbyists, there was a discussion as to whether it would not be more beneficial for the economy as a whole and its individual participants in particular to change the principle to an international one – according to which the consent of the right holder for import into Russia is not required, provided that the original goods were sold in a foreign country with such consent.

In connection with limitation on imports of various foreign goods into Russia that began in 2022, a radical change in logistics chains, and the introduction of sanctions restrictions, the Russian Government adopted a Resolution temporarily allowing parallel imports and the use of the international principle of exhaustion of trademark rights for a number of goods<sup>2</sup>, approved in turn by the Order of the Russian Ministry of Industry and Trade<sup>3</sup>.

Certainly, in terms of facilitation of saturation of the country's commodity market with consumer goods, equipment, spare parts and business consumables, this measure was justified.

However, the national principle of exhaustion of rights has been and remains one of the factors preventing counterfeit goods from sliding easily into the commodity market. Accordingly, the temporary transition of a number of product categories to the international principle of exhaustion of rights in conjunction with the disruption of historically formed logistic chains has made it easier for counterfeit goods to enter the Russian market, which was repeatedly reported by the business press<sup>4</sup> and online publications<sup>5</sup>.

Another element of regulatory changes related to the facilitation of imports in general and the authorization of parallel imports

<sup>1</sup> Art. 1487 of the Civil Code of the Russian Federation

<sup>2</sup> Resolution of the Government of the Russian Federation No. 506 dated March 29, 2022 "On goods (groups of goods) in respect of which certain provisions of the Civil Code of the Russian Federation on the protection of exclusive rights to the results of intellectual activity expressed in such goods and means of individualization with which such goods are marked cannot be applied"

<sup>3</sup> Order of the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation No. 1532 dated April 19, 2022 "On approval of the list of goods (groups of goods) in respect of which the provisions of subparagraph 6 of Article 1359 and Article 1487 of the Civil Code of the Russian Federation do not apply, provided that the said goods (groups of goods) are put into circulation outside the territory of the Russian Federation by the right holders (patent holders), as well as with their consent"

<sup>4</sup> See Kommersant newspaper of September 13, 2022: <https://kommersant-ru.turbopages.org/kommersant.ru/s/doc/5559399>

<sup>5</sup> <https://vc.ru/legal/536622-kontrafakt-i-parallelnyy-import-kak-otlichit-odno-ot-drugogo-i-ne-stat-zhertvoy>

was the temporary simplification of the rules of certification (declaration) of products for import into the country<sup>6</sup>. Its side effect was also an increase in the supply of counterfeit goods.

Counterfeit products can be simply a lower quality analog of the original goods, as well as goods with fundamentally different properties and qualities (or lack of required characteristics). In the case of medical equipment, medicines and their precursors, chemical substances, clothing and footwear, children's goods, such counterfeit products can be harmful to the life and health of adults and children.

It is clear that total control over counterfeit goods at the border during customs clearance is practically impossible: in modern conditions, the procedure is mainly documentary, and the possibility of conducting inspections (and even then selective) arises only after the release of goods into free circulation.

Back in September 2022, Vladimir Ivin, Deputy Head of the Federal Customs Service, noted in an interview with RIA-Novosti<sup>7</sup> that there were attempts "to import fake, counterfeit and, worst of all, low-quality goods under the guise of parallel imports, especially of such groups as children's toys... We are certainly fighting this. The main counterfeit goods that we detect, in addition to toys, are clothes, shoes, perfumes, electronics, mostly from Asian countries, of course. Since May, we have 164 [administrative] cases initiated for the importation of counterfeit goods."

One of the truly effective countermeasures to counteract the circulation of counterfeit goods is self-control of marketplaces and data exchange on unreliable sellers who sell counterfeit goods en masse; such measures were implemented by large online trading platforms – in contrast to a number of other online trading operators, who, in fact, left the circulation of counterfeit goods at the discretion of sellers and buyers themselves: a buyer is supposed to figure out what is what and to vote with his rouble. How justified is such a transfer of risks and responsibility to the buyer, as an economically weak party, is a very serious and ambiguous question!

It should be noted that AEB made the first steps in the joint fight against counterfeiting of manufacturers/importers and retailers, when in May 2023 members of the Retail Trade Committee and right holders – suppliers of branded goods – agreed to



## **ONE OF THE TRULY EFFECTIVE COUNTERMEASURES TO COUNTERACT THE CIRCULATION OF COUNTERFEIT GOODS IS SELF-CONTROL OF MARKETPLACES AND DATA EXCHANGE ON UNRELIABLE SELLERS WHO SELL COUNTERFEIT GOODS EN MASSE.**

establish an exchange of information on the signs that allow to distinguish original goods from counterfeit goods with a high degree of reliability, as well as on the appearance on the market of batches of goods launched in Russia in circulation as part of illegal parallel imports, or direct counterfeit.

At the same time, for as long as practice shows us that this problem remains topical, it makes sense to return to the issue of providing realistically enforceable procedures for checking the quality and safety of goods supplied through parallel imports, i.e. not from the right holder or with his consent, but from some third parties.

<sup>6</sup> Annex No. 18 to Resolution of the Government of the Russian Federation No. 353 dated March 12, 2022 "On Peculiarities of Permit Activity in the Russian Federation in 2022 and 2023"

<sup>7</sup> <https://ria.ru/20220913/ivin-1816194571.html>

## АРТЕМ ПОДШИБЯКИН

Заместитель Генерального директора,  
Руководитель юридического департамента  
и службы GR, «Новая Мода»

# ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ В РОССИИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Российское гражданское законодательство всю историю постсоветского периода придерживалось национального принципа исчерпания интеллектуальных прав на импортируемые товары, маркированные товарными знаками<sup>1</sup>. Иными словами, импорт брендированных товаров был разрешен только с согласия правообладателя.

Вместе с тем и в регуляторной среде, и в кругу юристов (теоретиков и практиков), а также среди лоббистов велась дискуссия на предмет того, не выгоднее ли для экономики в целом и отдельных ее участников в частности изменить принцип на международный – согласно которому согласия правообладателя на импорт в Россию не требуется, при условии, что оригинальный товар был продан в зарубежной стране с такого согласия.

В связи с начавшимися в 2022 году ограничениями на импорт в Россию различных иностранных товаров, кардинальным изменением логистических цепочек, введением санкционных ограничений Правительство РФ приняло Постановление<sup>2</sup>, временно допускающее параллельный импорт и использование международного принципа исчерпания прав на товарные знаки на ряд товаров, утверждаемых в свою очередь Приказом Минпромторга РФ<sup>3</sup>.

Безусловно, с точки зрения содействия насыщению товарного рынка страны потребительскими товарами, оборудованием, запчастями и расходными материалами для бизнеса эта мера была оправданной.

Однако национальный принцип исчерпания права был и остается одним из факторов, препятствующих легкому попаданию контрафактных товаров на товарный рынок. Соответственно, временный переход по ряду категорий продукции на международный принцип исчерпания права в совокупности с нарушением исторически сложившихся логистических цепочек облегчил доступ контрафактной продукции на рынок России, о чем неоднократно писала деловая пресса<sup>4</sup> и онлайн-издания<sup>5</sup>.

Другим элементом регуляторных изменений, связанных с облегчением импорта в целом и разрешением па-

<sup>1</sup> Ст. 1487 Гражданского кодекса РФ

<sup>2</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 29 марта 2022 г. № 506 «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы»

<sup>3</sup> Приказ Минпромторга РФ от 19 апреля 2022 года № 1532 «Об утверждении Перечня товаров (групп товаров), в отношении которых не применяются положения подпункта 6 статьи 1359 и статьи 1487 ГК РФ при условии введения указанных товаров (групп товаров) в оборот за пределами территории РФ правообладателями (патентообладателями), а также с их согласия»

<sup>4</sup> См. «Коммерсантъ» от 13 сентября 2022 года: <https://kommersant-ru.turbopages.org/kommersant.ru/s/doc/5559399>

<sup>5</sup> <https://vc.ru/legal/536622-kontrafakt-i-parallelnyy-import-kak-otlichit-odno-ot-drugogo-i-ne-stat-zhertvoy>



раллельного импорта, явилось временное упрощение правил сертификации (декларирования) продукции для ввоза в страну<sup>6</sup>. Его побочным эффектом также стал рост поставок контрафакта.

Контрафактная продукция бывает как просто менее качественным аналогом оригинальных товаров, так и товаром с принципиально иными свойствами и качествами (или с отсутствием требуемых характеристик). В случае медицинского оборудования, лекарств и их прекурсоров, химических субстанций, одежды и обуви, детских товаров такая контрафактная продукция может нести вред жизни и здоровью взрослых и детей.

Понятно, что осуществление тотального контроля над контрафактными товарами на границе при таможенном оформлении практически невозможно: в современных условиях процедура происходит в основном документально, и возможность проведения проверок (и то выборочных) возникает только после выпуска товаров в свободное обращение.

Еще в сентябре 2022 года заместитель руководителя ФТС Владимир Ивин отмечал в интервью «РИА-Новости»<sup>7</sup> наличие попыток «под видом параллельного импорта ввезти поддельные, контрафактные и самое плохое – некачественные товары, особенно таких групп, как детские игрушки... С этим мы, безусловно, боремся. Основные контрафактные товары, которые мы выявляем, помимо игрушек – это одежда, обувь, парфюмерия, электроника, в основном из стран Азии, конечно. С мая у нас 164 [административных] дела, возбужденных по факту ввоза контрафактных товаров».

Одной из реально работающих контрмер для противодействия обороту контрафактных товаров является самоконтроль маркетплейсов и обмен данными о ненадежных продавцах, массово продающих контрафактные товары, внедренный крупными площадками онлайн-торговли – в отличие от ряда иных операторов онлайн-торговли, которые, по сути, оставили оборот контрафактной продукции на усмотрение продавцов и самих покупателей: покупатель сам поймет, что к чему и

## **КОНТРАФАКТНАЯ ПРОДУКЦИЯ БЫВАЕТ КАК ПРОСТО МЕНЕЕ КАЧЕСТВЕННЫМ АНАЛОГОМ ОРИГИНАЛЬНЫХ ТОВАРОВ, ТАК И ТОВАРОМ С ПРИНЦИПИАЛЬНО ИНЫМИ СВОЙСТВАМИ И КАЧЕСТВАМИ (ИЛИ С ОТСУТСТВИЕМ ТРЕБУЕМЫХ ХАРАКТЕРИСТИК).**

проголосует рублем. Насколько оправдано такое переложение рисков и ответственности на покупателя, как заведомо слабую экономически сторону, – вопрос весьма серьезный и неоднозначный!

Отметим, что по линии АЕБ были сделаны первые шаги в направлении совместной борьбы с контрафактом производителей/импортеров и ритейлеров, когда в мае 2023 года члены Комитета по розничной торговле и правообладатели – поставщики брендированных товаров – договорились о налаживании обмена информацией о признаках, позволяющих с высокой степенью надежности отличать оригинальные товары от контрафактных, а также о появлении на рынке партий товаров, запущенных в России в оборот в рамках нелегального параллельного импорта, либо прямого контрафакта.

Вместе с тем пока практика демонстрирует нам сохранение актуальности данной проблематики, есть смысл вернуться к вопросу об обеспечении реально исполнимых процедур проверки качества и безопасности товаров, поставляемых по параллельному импорту, то есть не от правообладателя или с его согласия, а от неких третьих лиц.

<sup>6</sup> Приложение № 18 к Постановлению Правительства Российской Федерации от 12 марта 2022 г. № 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 и 2023 годах»

<sup>7</sup> <https://ria.ru/20220913/ivin-1816194571.html>



**KONSTANTIN  
LOKTEV**

Retail Vertical Director,  
NielsenIQ Russia

# MAJOR FMCG RETAIL TRENDS IN 2023

Customers, channels, new products, changing consumer habits, assortment, prices and more: navigating the world of modern retail is not easy, but in an uncertain environment, sales signals and consumer insights are the best way to guide the wind in the FMCG market harbor. What are the eight main trends that will shape the market in the foreseeable future?

## RATIONALITY AS THE NEW NORM

In 2023, the most prominent feature of consumer behavior can be described as “rationality”. Formed under the influence of previous crises, buying habits have become less volatile, allowing demand to stabilize faster than during previous crises. In less than a year, the FMCG market has arrived at a point where demand begins to slowly recover and inflation begins to slow. And while price remains a key selection criterion, it is no longer possible to talk about widespread savings given the whole list of “signals”. In search of the best offer, consumers are exploring new brands; while limiting their spending budget in one area, they are trying out more expensive products in another; cost-cutting in some industries is combined with increased demand in others.

## STABILITY AREAS

Behind the many immediate challenges that complicate long-term planning, there are still monumental factors that will continue to reshape the consumer market regardless of external circumstances. These are the ones that can form the basis of a long-term strategy. The process of redistributing purchasing

<sup>1</sup> Hence, the decline in the value of such categories as beer, tobacco, juices, baby food (and some others, less demanded by the younger generation) in the baskets is already visible today. Their actual sales in 2023 decreased by 2%, 4%, 20% and 12% respectively. At the same time, the dynamics of sales of meat, baked goods, snacks, animal feed (more popular among the younger age group, whose share in the population structure has grown) accelerated – confirming the 2019 forecast.

**89%**

of consumers consider **the price of a product** as the main criterion for choosing it

**75%**

of customers make a decision to buy a product following an **attractive promotion**

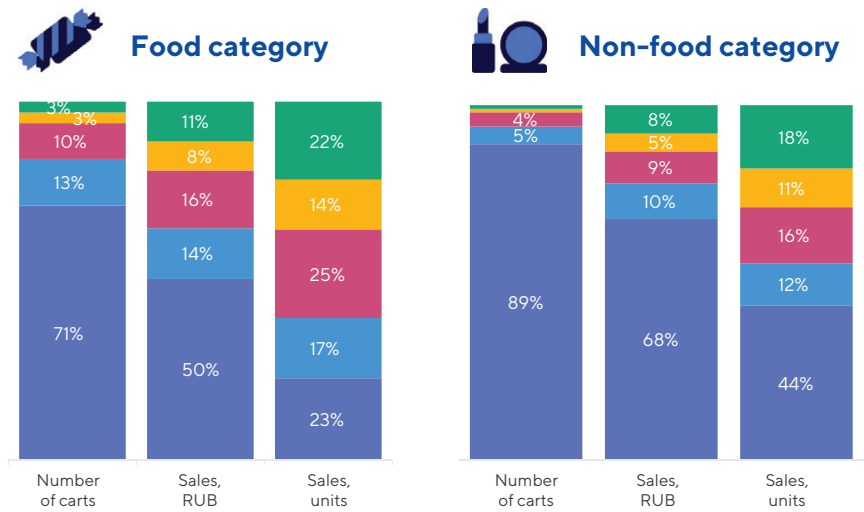
power as the demographic structure of the population transforms could be an example.

The forecast prepared by NielsenIQ five years ago based on the analysis of consumer baskets has already come true almost in full, despite several crises that have occurred<sup>1</sup>.

The smallest-sized "focal need" type carts provide **50% of food category sales and nearly 70% of non-food category sales**

Stocking up	from 31 items in cart
Solid purchase	21-30 items in cart
Medium purchase	11-20 items in cart
Small purchase	6-10 items in cart
Focal need	1-5 items in cart

### DISTRIBUTION OF FOOD AND NON-FOOD CATEGORIES OF GOODS BY CARTS IN THE FIRST QUARTER OF 2023



### THE INCREASING ROLE OF THE ONLINE MARKETPLACE

Having received a strong boost during the COVID-19 pandemic, the online market has matured by 2023. Its share is approaching 10%, players have shifted from aggressive expansion strategies in the battle for market share to seeking economic balance and working on profitability, and for customers it has become part of truly omnichannel buying that is no longer distinguished in terms of missions and shopping channels.

Moreover, the progress of delivery services has resulted in a situation where the smallest baskets, containing 1-5 items, generate 50% of online sales in food categories and almost 70% in non-food categories. In comparison, the format of shopping in advance, when consumers purchase at least 30 items per receipt, generated just over 10% of food sales in the first quarter of 2023.

Given that by the middle of this year the e-commerce industry had returned to growth driven by real demand rather than inflation, we can expect the trend towards a stronger role for this channel to continue.

### THE MULTIFACTOR NATURE OF INFLATION

In many FMCG categories, prices rose at double-digit rates in 2022, with inflation making a major contribution to nominal market growth. However, its causes vary widely from category to category, and their interaction has proven to be much more complex than just "increasing the cost on the price tag".

Changes in package size, switching between brands and shopping channels – each of the factors has contributed in its own way. For example, in 75% of categories in the FMCG market, the brand mix has changed. In other words, customers started to purchase alternative, usually more affordable FMCG brands, compared to a year earlier.

Although the extent of switching varies from category to category, the brand mix shift has emerged as one of the prominent factors influencing inflation<sup>2</sup>.

This suggests that the role of effective price management will only grow in 2023, as many of the production, logistics and related challenges familiar to most manufacturers and retailers are still evident. And the aggregate market outcome depends on how well each individual player handles the mix of the above tools.

<sup>2</sup>For example, in the whisky category, the average price increase for the 12 months to February 2023 was only 0.1%. It was almost entirely offset by changes in the brand mix (and related factors). Had this not occurred, whisky prices could have risen by almost 30% year-on-year.

# 75%

in such a share of brands in all FMCG categories there is a shift to more affordable goods

## NEW ASSORTMENT

A year after the start of an unprecedented redesign of the FMCG assortment, we can conclude that serious problems in most major product groups have been avoided (with a few exceptions).

Brand substitution was largely facilitated by localization of brands and Russian launches. Thus, for example, in the grocery market the assortment narrowing amounted to about 6%, in the group of products for children – 8%, and in pet care – 3%. The strongest reduction was observed in non-food categories (by almost 18%). This group also had the deepest decrease in sales, which, among other things, is related to the assortment factor.

Minimarkets stand out against the background of these processes. Unlike other channels, they managed not just to retain, but to expand their assortment by 7% and thereby gain an additional source of sales growth. In some categories, the assortment grew at double-digit rates (for example, in the group of soft drinks – by 25%, meat and meat products – by 19%).

## NOVELTIES AND LOCALIZATION

82% of customers enjoy trying new products and buy them at least occasionally. Last year will definitely be remembered in terms of the transformation of store shelves.

In 2022, more than ten thousand brands emerged on the Russian FMCG market, including cases of entering new segments: every seventh product can be called a novelty. At the same time, just a few months after the launch, the sales turnover of such brands reached 1% of the FMCG market structure, which in absolute terms is equivalent to more than 65 billion roubles.

The majority of new products appeared in the food group: nine out of ten launched brands belong to this group, while the non-food segment accounts for only 8%. The most successful was the set of four categories: soft drinks, alcohol, dairy products and confectionery. Cumulatively, they accounted for 80% of all 2022 launches.

## PRIVATE LABEL TRENDS

Private labels continue to set new records: in the 12 months to April 2023, the share of private label sales in the omnichannel FMCG market, which includes both online and offline channels, exceeded 10% in cash equivalent. This growth was the strongest in those industries that suffered the most in terms of assortment: non-food and children's goods.

Meanwhile, such trademarks not only continue to grow at double-digit rates, but also become more visible on the shelves. Their share in the assortment of retail chains in the offline market will soon approach 15%.

Moreover, in the group of private label products, the trend towards private labels from higher price segments is gaining momentum, competing not with promo-brands or first-price goods, but with more expensive SKUs on the shelf. Premium trademarks and the mid-price segment began to develop at a faster pace than average in the whole list of large categories<sup>3</sup>.

This trend can be a good incentive for further development of private labels on the market, as it meets one of the main requests from customers, 52% of whom believe that improvement of private label quality has the greatest impact on the growth of purchases in this segment in the future.

## RECOVERY OF DEMAND AND SEARCH FOR A NEW EFFICIENCY LEVEL

By the middle of the year, the FMCG market crossed an important milestone: sales stabilized, and the first signs of growing consumer optimism are seen among customers. The combination of these signals suggests that, in the absence of new negative factors, the market may move to a gradual recovery as early as 2024.

During 2023, FMCG sales will remain above zero (at least mathematically) – on a low base of the second half of 2022. Although revenue in roubles may decline due to slowing inflation. At the same time, two key factors will continue to make a positive contribution to the market development: assortment and growth in the number of retail stores.

Nevertheless, it should be kept in mind that with cautious and volatile consumer demand, the efficiency of new stores will continue to decline, and switching between stores, categories and even products will become a top priority for retailers and manufacturers.

<sup>3</sup> For example, in the baby diapers category, where the share of private labels increased sharply last year, the premium segment is growing almost three times faster. In the beer category, premium private labels are twice as fast as the average.

# ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ FMCG-РИТЕЙЛА В 2023 ГОДУ

Покупатель, каналы, новинки, смена привычек, ассортимент, цены и не только: ориентироваться в мире современного ритейла непросто, однако в условиях неопределенности сигналы продаж и мнения потребителей способны лучше всего подсказать направление попутного ветра в гавани FMCG-рынка. О чем говорят восемь главных трендов, которые будут определять состояние рынка в обозримой перспективе?

## РАЦИОНАЛЬНОСТЬ КАК НОВАЯ НОРМА

В 2023 году самую яркую черту потребительского поведения можно охарактеризовать как «рациональность». Сформированные под влиянием предыдущих кризисов покупательские привычки стали менее волатильными, что позволило добиться стабилизации спроса быстрее, чем во время предыдущих кризисов. Менее чем за год FMCG-рынок пришел к точке, в которой спрос начинает медленно восстанавливаться, а инфляция – замедляться. И несмотря на то, что цена остается ключевым критерием при выборе, говорить о повсеместной экономии уже не позволяет целый список «сигналов». В поиске лучшего предложения покупатели исследуют новые бренды; ограничивая бюджет на траты в одной сфере, пробуют товары из более дорогих сегментов в какой-нибудь другой; сокращение расходов в одних индустриях сочетается с ростом спроса в иных.

## ОСТРОВКИ СТАБИЛЬНОСТИ

За множеством сиюминутных вызовов, осложняющих долгосрочное планирование, все еще существуют монументальные факторы, которые продолжают менять потребительский рынок вне зависимости от внешних обстоятельств. Именно они могут стать основой долгосрочной стратегии. Примером может служить процесс перераспределения покупательской способности по мере трансформации демографической структуры населения.

<sup>1</sup> Так, снижение значимости в корзинах таких категорий, как пиво, табак, соки, детское питание (и некоторых других, менее востребованных у молодого поколения), заметно уже сегодня. Их фактические продажи в 2023 году снизились на 2%, 4%, 20% и 12% соответственно. При этом динамика объемов продаж мяса, выпечки, снеков, кормов для животных (более популярных у молодой возрастной группы, доля которой в структуре населения выросла) ускорила – подтверждая прогноз 2019 года.

# 89%

потребителей считают **цену товара** главным критерием для выбора продукта

# 75%

принимают решение о покупке товара, исходя из **привлекательного промо**

Прогноз, подготовленный NielsenIQ пять лет назад на основе анализа потребительских корзин, уже реализовался почти полностью, несмотря на несколько произошедших кризисов<sup>1</sup>.

## УСИЛИВАЮЩАЯСЯ РОЛЬ ОНЛАЙН-РЫНКА

Получив мощный импульс к развитию во время пандемии COVID-19, онлайн-рынок стал более зрелым к 2023 году. Его доля приближается к 10%, игроки перешли от стратегий агрессивной экспансии в борьбе за долю рынка к поиску экономического баланса и работе над прибыльностью, а для покупателей он стал частью по-настоящему омниканального

Самые маленькие по размеру корзины типа «фокусная потребность» обеспечивают

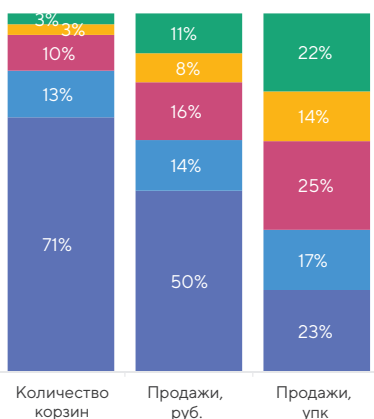
**50% продаж продовольственных категорий и почти 70% – непродовольственных**

Закупка впрок	от 31 шт. в корзине
Большая закупка	21–30 шт. в корзине
Средняя закупка	11–20 шт. в корзине
Маленькая закупка	6–10 шт. в корзине
Фокусная потребность	1–5 шт. в корзине

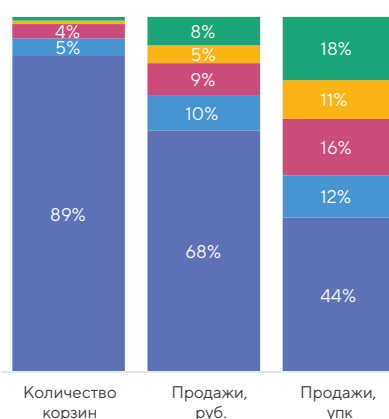
## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ ПО КОРЗИНАМ В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2023 ГОДА



### Продовольствие



### Не продовольствие



шопинга, в котором больше нет разграничений по миссиям и каналам покупки.

Более того, развитие сервисов доставки привело к тому, что самые маленькие по размеру корзины, содержащие от одной до пяти позиций, обеспечивают 50% онлайн-продаж продовольственных категорий и почти 70% – непродовольственных. Для сравнения: формат закупки впрок, при котором потребители приобретают минимум 30 товаров в одном чеке, в первом квартале 2023 года сгенерировал чуть более 10% продаж продовольствия.

С учетом того, что к середине текущего года индустрия электронной торговли вернулась к росту за счет реального спроса, а не инфляции, можно ожидать, что тренд на усиление роли этого канала продолжится.

### МНОГОФАКТОРНОСТЬ ИНФЛЯЦИИ

Во многих FMCG-категориях в 2022 году цены росли двузначными темпами, а инфляция внесла основной вклад в номинальный рост рынка. Однако ее причины сильно разнятся от категории к категории, а их взаимосвязь оказалась гораздо сложнее, чем просто «увеличение стоимости на ценнике».

Изменение размера упаковки, переключения между брендами и каналами покупок – каждый из факторов внес свою лепту. Например, в 75% категорий на FMCG-рынке изменился

бренд-микс. Иными словами, покупатели стали приобретать другие, как правило, более доступные бренды товаров повседневного спроса по сравнению с годом ранее.

Несмотря на то, что масштаб переключений варьируется от категории к категории, изменение бренд-микса стало одним из заметных факторов, оказывающих влияние на инфляцию<sup>2</sup>.

Это говорит о том, что роль эффективного управления ценами в 2023 году только вырастет, так как многие производственные, логистические и сопутствующие трудности, знакомые большинству производителей и ритейлеров, все еще дают знать о себе. И от того, насколько грамотно каждый отдельный игрок будет работать с миксом вышеперечисленных инструментов, зависит совокупный результат рынка.

### НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ

Год спустя после начала беспрецедентного по масштабам пересмотра ассортимента FMCG можно заключить, что

# 75%

в такой доле брендов во всех FMCG-категориях наблюдается переключение на более доступные товары

<sup>2</sup> Например, в категории виски за 12 месяцев по февраль 2023 года рост средних цен составил лишь 0,1%. Он был практически полностью компенсирован изменением бренд-микса (и взаимосвязанными факторами). Если бы оно не произошло, то цены на виски могли бы вырасти почти на 30% год к году.

серьезных проблем в большинстве крупнейших товарных групп удалось избежать (за рядом исключений).

Брендозамещению в значительной степени помогли локализация марок и российские запуски. Например, в продуктовой части рынка сужение ассортимента составило порядка 6%, в группе товаров для детей – 8%, товаров для животных – 3%. Самое сильное сокращение произошло в непродовольственных категориях (почти на 18%). В этой же группе и самое глубокое снижение продаж, которое в том числе связано с фактором ассортимента.

На фоне этих процессов выделяются минимаркеты. В отличие от других каналов, им удалось не просто удержать, а расширить ассортимент сразу на 7% и за счет этого получить дополнительный источник роста продаж. В ряде категорий ассортимент рос двузначными темпами (например, в группе прохладительных напитков – на 25%, мяса и продуктов из мяса – на 19%).

## НОВИНКИ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ

82% покупателей любят пробовать новинки и покупают их хотя бы время от времени. Прошлый год однозначно запомнится им с точки зрения трансформации полок магазинов.

В 2022 году на российском FMCG-рынке появилось более 10 тысяч брендов, включая случаи выходов в новые сегменты: каждый седьмой продукт можно назвать новинкой. При этом всего за несколько месяцев после запуска оборот продаж таких брендов достиг 1% в структуре FMCG-рынка, что в абсолютных значениях эквивалентно более чем 65 млрд рублей.

Большинство новинок появилось в продовольственной группе: девять из десяти запущенных марок относятся именно к ней, в то время как на непродовольственный сегмент приходится только 8%. При этом наиболее результативной стала группа из четырех категорий: прохладительных напитков, алкоголя, молочных товаров и кондитерских изделий. Суммарно в них появилось сразу 80% всех запусков 2022 года.

## ТРЕНДЫ ЧАСТНЫХ МАРОК

СТМ продолжают устанавливать новые рекорды: за 12 месяцев по апрель 2023 доля продаж частных марок на омниканальном рынке товаров повседневного спроса, включающем как онлайн, так и офлайн-каналы, превысила 10% в денежном

выражении. Сильнее всего она увеличилась в тех индустриях, которые больше других пострадали с точки зрения ассортимента: в секторе непродовольственных товаров и товаров для детей.

При этом СТМ не только продолжают расти двузначными темпами, но и становятся более заметными на полках. Их доля в ассортименте розничных сетей на офлайн-рынке скоро приблизится к 15%.

Более того, в группе товаров под частными марками все сильнее развивается тренд на СТМ из более высоких ценовых сегментов, которые конкурируют уже не с брендами на промо или товарами первой цены, а с более дорогими SKU на полке. Премиальные СТМ и средний ценовой сегмент стали развиваться темпами, опережающими средние, в широком списке крупных категорий<sup>3</sup>.

Такой тренд может стать хорошим стимулом к дальнейшему развитию СТМ на рынке, так как отвечает одному из главных запросов со стороны покупателей, 52% которых считают, что улучшение качества частных марок больше всего влияет на рост покупок в этом сегменте в будущем.

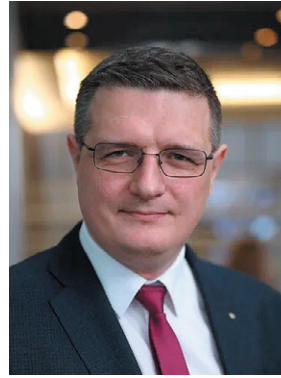
## ВОССТАНОВЛЕНИЕ СПРОСА И ПОИСК НОВОГО УРОВНЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

К середине года FMCG-рынок пересек важный рубеж: продажи стабилизировались, а среди потребителей появились первые признаки укрепления покупательского оптимизма. Совокупность таких сигналов позволяет говорить о том, что при отсутствии новых негативных факторов рынок может перейти к постепенному восстановлению уже в 2024 году.

В течение 2023 года продажи FMCG будут оставаться выше нулевой отметки (как минимум математически) – на фоне низкой базы второй половины 2022 года. Хотя выручка в рублях может сократиться из-за замедления инфляции. При этом положительный вклад в развитие рынка продолжат вносить два ключевых фактора: ассортимент и рост количества торговых точек.

Тем не менее необходимо учитывать, что на фоне осторожности и изменчивости потребительского спроса эффективность новых торговых точек продолжит снижаться, а переключения между магазинами, категориями и даже товарами станут для ритейлеров и производителей одним из приоритетов в работе.

<sup>3</sup> Например, в категории детских подгузников, где доля СТМ резко увеличилась в прошлом году, премиальный сегмент растет почти втрое быстрее. В категории пива премиальные частные марки вдвое опережают среднюю динамику.



**ALEXEY ELAEV**

Deputy General Director  
for Legal Affairs, SPAR-  
Kaliningrad

# HOW THE EXCLAVE LIVES: RETAIL TRADE IN THE KALININGRAD REGION UNDER CURRENT CONDITIONS

Retail trade and public catering in the Kaliningrad region have faced both external and internal challenges in the last year and a half. However, gloomy forecasts of the industry's development after February 2022 did not come true.

The retail trade development in the Kaliningrad region in 2022 was affected by a number of factors. First of all, it refers to the foreign policy circumstances, and to adapt to them, due to their novelty, the business had to focus most of its efforts. A slightly smaller, but still quite tangible impact on the industry was made by changes in the regulatory environment, the competitive landscape, the financial market, and so on.

## **INFLUENCED BY EXTERNAL CIRCUMSTANCES**

Foreign policy factors include, first of all, the imposition of sanctions against the Russian Federation by the EU states, which made it impossible to supply a number of goods, components and equipment to the Kaliningrad region from the territory of Lithuania and Poland.

A number of banks were excluded from the SWIFT system, and payments in foreign currency through Russian banks to foreign suppliers and investors were restricted.

In addition, many goods manufacturers have ceased their operations in Russia, refusing direct deliveries and stopping trade operations (so-called "brand withdrawal")<sup>1</sup>.

## **SPECIFIC LOGISTICS**

Last year, most sectors of the Russian economy faced significant logistical difficulties caused by sanctions restrictions, disruption of supply chains, etc. For the Kaliningrad region, separated geographically from the rest of the country, this was a special challenge.

The peculiarities of logistics of goods to the Kaliningrad region consisted in the fact that while before 2022 transit through the EU territory was prohibited only for a limited product line (e.g. Crimean wines), the sanctions packages, which came into force in 2022-2023, prohibited transit to the Kaliningrad region of a much wider range of goods. Direct cargo transit with the Republic of Belarus was also completely suspended. Under these conditions,

<sup>1</sup>In March 2022, a number of foreign clothing brands, such as ZARA and H&M, suspended their operations, which led first to a congestion of customers in these stores before the announced suspension of operations, and then, due to the prolonged retention of leased premises (these companies continued to pay rent without notifying the administration of shopping centers about the closure) – to the appearance of many closed pavilions not available to other retailers. The decision to terminate the operations of many companies was made only at the end of 2022 – beginning of 2023.





maritime transportation, which had not been in high demand before, became essential. During 2022, instead of two ferries for rolling equipment, four ferries were launched on the line, and two more ferries are expected to be put on the line. The cost and terms of delivery of goods to the Kaliningrad region have increased, manual regulation of ferry queues is applied to ensure that they are used exclusively for transportation of sub-sanctioned cargo. Negotiations on partial compensation of shippers' costs are still underway between the regional and the federal governments.

Apart from this, the movement of cargo vehicles registered in Russia to EU Member States (except for transit from Russia to the Kaliningrad region) was stopped. This resulted in delivery of goods from other states by foreign transport and affected prices and permit policies for goods in transit to Russia within the EU.

At the same time, the emerged logistical obstacles paradoxically contributed to the development of trade in the region: in particular, due to the interruption of mass passenger traffic between the Kaliningrad region and Lithuania and Poland, the closure of visa centers and the cessation of

---

**UNDER THESE CONDITIONS,  
MARITIME TRANSPORTATION,  
WHICH HAD NOT BEEN IN HIGH  
DEMAND BEFORE, BECAME  
ESSENTIAL.**

---

issuing Schengen visas, residents of the region could no longer visit neighboring countries en masse for shopping and entertainment and redistributed these expenses in favor of domestic consumption. In addition, the termination of air service between the European Union and Russia caused an influx of tourists to the region from other parts of the country, which also had a positive impact on the development of trade and catering services in seaside towns.

## NUMBER OF RETAIL TRADE OBJECTS (2016-2022)

Retail trade objects	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Stores</b>	5460	5501	5487	5529	5653	5715	5872
<b>of those:</b>							
<b>hypermarkets</b>	18	20	20	20	22	22	22
<b>supermarkets</b>	72	78	90	98	111	124	137
<b>pavilions</b>	1514	1543	1659	1659	1681	1569	1748
<b>drugstores and pharmacies</b>	326	327	911	1111	351	348	352
<b>tents, stalls</b>	640	600	373	281	254	331	279

### LONG-TERM INDUSTRY TRENDS

Along with the above-mentioned circumstances that are new for the industry, the competitive environment factors that emerged earlier and were strengthened under the influence of the foreign policy situation are still in force. Thus, food retail companies of the “federal level” are gradually expanding their presence in the region (and this to a certain extent leads to stagnation of regional retail). As for non-food products, their sales are moving online – and therefore, large online retailers are increasing the number of pickup points, and retail chains are developing delivery services: both self-delivery and through aggregators.

### RESULTS OF A DIFFICULT YEAR 2022

As a result of the complex impact of all the said external and internal factors, the retail trade turnover in the Kaliningrad region in 2022 amounted to 248 billion roubles, i.e. 96.7% of the 2021 level in comparable prices, and the number of retail facilities even exceeded the previous figure (5872 against 5715 a year earlier)<sup>2</sup>.

These figures hide opposite tendencies. Thus, the turnover of non-food products decreased by 19 billion roubles (127.1 billion roubles against 146.1 billion roubles a year earlier), and this is primarily due to the withdrawal of a number of foreign brands, as well as, probably, to the change in consumer behavior, unwillingness to redistribute consumption in favor of new brands.

At the same time, food trade saw significant growth (107.2 billion roubles in 2022 against 91.4 billion roubles in 2021), as the “departure of brands from Russia” almost did not affect this segment. In particular, the SPAR-Kaliningrad chain retained its operations in the region. The share of retailers in the total volume of retail trade turnover in food and tobacco products at the end of 2022 amounted to 53.2% against 53% in 2021, which indicates

the consistency of retail chain trade and a high level of competition between retailers.

To provide market compensation and regulatory support, the Russian Government allowed the introduction of certain branded goods into turnover in the Russian Federation without the consent of their right holders (so-called “parallel imports”), simplified the declaration of conformity of imported consumer goods, and introduced subsidized bank interest rates for federal backbone trade enterprises.

In August 2022, the Ministry of Industry and Trade of Russia and the Government of the Kaliningrad region in partnership with SPAR-Kaliningrad organized a regional industry event “Retail days on the Baltic” in Svetlogorsk, where major federal and regional retailers, marketplaces, suppliers and experts discussed the structure of the retail market of the Kaliningrad region, its current issues, prospects for import substitution and development of transport and logistics infrastructure of the region and trends in the consumer market of the north-west.

### CONCLUSION

Despite a number of unfavorable external factors, the cumulative stress impact of which had been initially assessed by many industry experts as critical, the trade system of the Kaliningrad region not only managed to survive in 2022, but also continued its development in 2023. New commercial locations are being launched – both by federal and regional retail companies, the revenue of food retail and catering enterprises is increasing, and the online trade segment is growing. Thanks to the economic reserve of previous years, to the realization of previously unexploited potential and to the government support measures, the trade industry of the logistically isolated region remains stable in the current challenging environment.

<sup>2</sup>Statistical data here and hereafter from: <https://39.rosstat.gov.ru/>

# КАК ЖИВЕТ ЭКСКЛАВ: РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В ТЕКУЩИХ УСЛОВИЯХ

Розничная торговля и общественное питание в Калининградской области в последние полтора года столкнулись как с внешними, так и с внутренними вызовами. Однако мрачные прогнозы развития отрасли после февраля 2022 года не оправдались.

Развитие розничной торговли в Калининградской области в 2022 году было подвержено влиянию целого ряда факторов. Прежде всего это касается внешнеполитических обстоятельств, на приспособление к которым, в силу их новизны, бизнес вынужден был направить большую часть своих усилий. Чуть меньшее, но все же весьма ощутимое влияние на отрасль оказали изменения в регуляторике, в конкурентной среде, на финансовом рынке и т.д.

## ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ВНЕШНИХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ

К внешнеполитическим факторам относится в первую очередь введение санкций против Российской Федерации со стороны государств ЕС, сделавшее невозможной поставку ряда товаров, комплектующих и оборудования в Калининградскую область с территории Литвы и Польши.

Ряд банков были исключены из системы SWIFT, а платежи в иностранной валюте через российские банки зарубежным поставщикам и инвесторам ограничены.

Кроме того, на территории России прекратили свою деятельность многие товаропроизводители, отказавшись от прямых поставок и остановив торговые операции (так называемый «уход брендов»)<sup>1</sup>.

## ОСОБЕННАЯ ЛОГИСТИКА

Большинство отраслей российской экономики столкнулось в прошлом году со значительными логистическими сложностями, вызванными санкционными ограничениями, разрывом цепочек поставок и пр. Для Калининградской области, отделенной географически от остальной территории страны, это стало особым вызовом.

Особенности логистики товаров в Калининградскую область заключались в том, что если до 2022 года транзит через территорию ЕС был запрещен лишь для ограниченной продуктовой линейки (например, для крымских вин), то санкционные пакеты, вступившие в силу в 2022-2023 годах, запретили транзит в Калининградскую область гораздо

<sup>1</sup> В марте 2022 года приостановили свою деятельность торговые объекты ряда иностранных брендов одежды, таких как ZARA и H&M, что привело вначале к скоплению покупателей в этих магазинах перед объявленной приостановкой деятельности, а затем, из-за длительного удержания арендуемых площадей (эти компании продолжили платить арендную плату, не уведомляя администрацию торговых центров о закрытии) – к появлению множества закрытых павильонов, не доступных другим ритейлерам. Решение об окончательном прекращении деятельности многих компаний было принято только в конце 2022 – начале 2023 года.



более широкой номенклатуры товаров. Полностью приостановлен был и прямой грузовой транзит с Республикой Беларусь. В указанных условиях актуальным стал морской транспорт, ранее не пользовавшийся большим спросом. В течение 2022 года вместо двух паромов для накатной техники на линию было запущено четыре, ожидается постановка на линию еще двух. Стоимость и сроки доставки товаров в Калининградскую область увеличились, применяется ручное регулирование очередей на паром, чтобы они использовались исключительно для перевозки подсанкционных грузов. Переговоры о частичной компенсации затрат грузоотправителей ведутся между правительством региона и федеральным правительством до сих пор.

Помимо этого было прекращено движение грузовых транспортных средств, зарегистрированных в России, в государства-члены ЕС (кроме случаев транзита из России в Калининградскую область). Это привело к доставке товаров из других государств иностранным транспортом и сказалось на ценах и политике выдачи разрешений на перевозку грузов транзитом в Россию внутри ЕС.

---

## **ПРЕКРАЩЕНИЕ АВИАСООБЩЕНИЯ МЕЖДУ ЕС И РОССИЕЙ ВЫЗВАЛО ПРИТОК ТУРИСТОВ В ОБЛАСТЬ, ЧТО ПОЛОЖИТЕЛЬНО СКАЗАЛОСЬ НА РАЗВИТИИ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.**

---

Вместе с тем возникшие логистические препятствия парадоксальным образом способствовали развитию торговли в регионе: в частности, из-за прерывания массового пассажирского сообщения между Калининградской областью и Литвой и Польшей, закрытия визовых центров и прекращения выдачи шенгенских виз жители области уже не могли массово посещать соседние государства для шоппинга и развлечений и перераспределили эти расходы в пользу внутреннего потребления. Кроме того, прекращение авиасообщения между Евросоюзом и Россией вызвало приток туристов в область из других регионов страны, что также положительно сказалось на развитии торговли и услуг общественного питания в приморских городах.

### **ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОТРАСЛЕВЫЕ ТРЕНДЫ**

При этом в настоящее время, одновременно с вышеперечисленными новыми для отрасли обстоятельствами, продолжают действовать возникшие ранее и укрепившиеся под действием внешнеполитической ситуации факторы конкурентной среды. Так, «федеральные» продуктовые торговые сети постепенно расширяют свое присутствие в области (и это в определенной степени приводит к стагнации регионального ритейла). Что касается непродовольственных товаров, то их продажи перемещаются в онлайн, для чего крупные сетевые операторы интернет-торговли увеличивают количество пунктов выдачи заказов, а розничные сети развивают услуги доставки – как самостоятельной, так и при помощи агрегаторов.

### **РЕЗУЛЬТАТЫ НЕПРОСТОГО 2022 ГОДА**

В результате комплексного действия всех названных внешних и внутренних факторов оборот розничной торговли в

## ЧИСЛО ОБЪЕКТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (2016–2022 ГГ.)

Объекты розничной торговли	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Магазины</b>	5460	5501	5487	5529	5653	5715	5872
<b>из них:</b>							
<b>гипермаркеты</b>	18	20	20	20	22	22	22
<b>супермаркеты</b>	72	78	90	98	111	124	137
<b>павильоны</b>	1514	1543	1659	1659	1681	1569	1748
<b>аптеки и аптечные магазины</b>	326	327	911	1111	351	348	352
<b>палатки, киоски</b>	640	600	373	281	254	331	279

Калининградской области в 2022 году составил 248 млрд руб., то есть 96,7% от уровня 2021 года в сопоставимых ценах, а число торговых объектов даже превысило предыдущий показатель (5872 против 5715 годом ранее)<sup>2</sup>.

За этими цифрами кроются разнонаправленные тенденции. Так, оборот непродовольственных товаров сократился на 19 млрд руб. (127,1 млрд руб. против 146,1 млрд руб. годом ранее), и это в первую очередь связано с уходом ряда зарубежных торговых марок, а также, вероятно, с изменением потребительского поведения, неготовностью перераспределять потребление в пользу товаров новых брендов.

В то же время в сфере продовольственной торговли наблюдался значительный рост (107,2 млрд руб. в 2022 году против 91,4 млрд руб. в 2021 году), поскольку «уход брендов из России» практически не затронул этот сегмент. В частности, сеть «СПАР-Калининград» сохранила свою деятельность в области. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли пищевыми продуктами и табачными изделиями по итогам 2022 года составила 53,2% против 53% в 2021 году, что свидетельствует о стабильности сетевой розничной торговли и высоком уровне конкуренции между торговыми сетями.

В качестве мер рыночной компенсации и регуляторной поддержки Правительство России разрешило вводить в оборот на территории Российской Федерации товары определенных брендов без согласия их правообладателей (так называемый «параллельный импорт»), упростило декларирование соответствия ввозимых потребительских

товаров, ввело субсидирование ставок банковского процента для федеральных системообразующих предприятий торговли.

В августе 2022 года Минпромторг России и Правительство Калининградской области в партнерстве с торговой сетью «СПАР-Калининград» организовали в Светлогорске региональное отраслевое мероприятие «Дни ритейла на Балтике», на площадке которого крупные федеральные и региональные ритейлеры, маркетплейсы, поставщики и эксперты обсудили структуру рынка ритейла Калининградской области, его актуальные проблемы, перспективы импортозамещения и развития транспортно-логистической инфраструктуры области и тренды потребительского рынка северо-запада.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на целый ряд неблагоприятных внешних факторов, совокупное стрессовое воздействие которых изначально оценивалось многими экспертами отрасли как критическое, система торговли Калининградской области не только смогла выстоять в 2022 году, но и продолжила свое развитие в 2023 году. Открываются новые торговые точки: как федеральных торговых сетей, так и региональных компаний, увеличивается выручка предприятий продовольственного ритейла и общественного питания, растет сегмент онлайн-торговли. Благодаря экономическому заделу прошлых лет, реализации не задействованного ранее потенциала и государственным мерам поддержки торговая отрасль логистически обособленного региона сохраняет свою устойчивость в текущих сложных условиях.

<sup>2</sup> Статистическая информация здесь и далее по: <https://39.rosstat.gov.ru/>

# AEB HIGHLIGHTS



It covered recent changes in the customs legislation of Russia and EAEU and analysis of the current law enforcement practice.

The conference was attended by Sergey Amelianovich, First Deputy Head of the Main Department for Organization of Customs Clearance and Customs Control of the Federal Customs Service, Leonid Lozbenko, Chairman of the Public Council of the Federal Customs Service, and other representatives of state authorities.

## AEB ANNUAL CUSTOMS CONFERENCE

The 17th AEB annual customs conference “Customs and business: developing cooperation in new realities” was organized on June 22, 2023.

The FCS reported on work to expand logistics bottlenecks, in particular the modernization of the Verkhny Lars international road border crossing point, digitalization of FCS work and current issues of customs regulation. The Ministry of Finance described work on interdepartmental harmonization of the EAEU Customs Code. The Ministry of Economic Development informed about the mechanisms for the formation of a favorable business climate in the field of foreign economic activity. The Ministry of Industry and Trade spoke about changes in the approach to the list of goods allowed for parallel imports.

## TALKS ON THE RUSSIAN ECONOMY

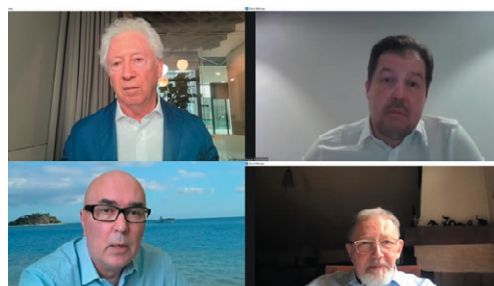
On June 27, 2023 the “Talks on the Russian Economy” were organized.

The invited speakers discussed the most topical issues of the Russian economy and exchanged views on macroeconomic scenarios.

Tadzio Schilling, AEB CEO, moderated the discussion.

Oleg Vyugin, Professor at the National Research University Higher School of Economics, spoke about the factors affecting the Russian economy in 2022–2023. Among the key aspects the expert named reorientation of trade flows, Central Bank regulation, and budgetary impulse.

Evgeny Nadorshin, Chief Economist at “PF Capital”, presented a regional cross-section of industrial development, talked about the situation with import substitution and the current investment structure.



Sergey Dubinin, Head of the Department of Finance and Credit, Lomonosov Moscow State University, highlighted issues related to the banking and financial sector and its sustainability.

Alexey Vedev, Head of the Financial Research Laboratory, Gaidar Institute for Economic Policy, spoke about the prospects of Russia’s economic development under sanctions, assessed the dynamics of investment and gave a forecast of socio-economic development indicators.

# AEB HIGHLIGHTS



## AEB TAXATION COMMITTEE MID-YEAR CONFERENCE

On July 6, 2023 the AEB Taxation Committee organized its traditional mid-year conference “Trends and prospects”.

It provided an overview of recent and upcoming changes in Russian tax legislation, as well as issues related to international taxation and cross-border transactions, tax control and administration, developments in court practice.

The event was opened by Tadzio Schilling, AEB CEO.

The following high-level officials from the Federal Tax Service participated in the conference: Dmitry Satin, Deputy Head;

Alexandra Kadet, Head of Transfer Pricing Department; Elena Suvorova, Head of Department for Major Taxpayers.

Among the experts were: Nina Goulis, Chairperson of the AEB Taxation Committee, Kept; Mikhail Orlov, Kept; Anna Modyanova, Technologies of Trust; Valeria Khmelevskaya, Brand & Partners; Maria Kabanova, SEAMLESS Legal; Ksenia Litvinova, Pepeliaev Group; Andrey Wakar; Rustem Ahmetshin, Pepeliaev Group; Anton Toroptsev, Teva; Alexander Erasov, MEF Legal.

## PRESENTATION OF THE AEB AMC PRESS RELEASE

On July 6, 2023 the AEB Automobile Manufacturers Committee presented an updated press release on the results of sales of passenger cars and light commercial vehicles in Russia.



Tadzio Schilling, AEB CEO, moderated the event.

Alexey Kalitsev, AMC Chairman, spoke about the changes in the AEB AMC press release and gave an updated forecast for the development of the market in 2023.

Based on the data submitted by automakers and official importers, sales in June 2023 increased by 88,3% (or 24 518 units)

compared to June 2022 and amounted to 52 279 cars. In the first half of the year the market decreased by 3,1%.

According to the information provided by “PPC” JSC, June 2023 was marked by an increase in new vehicles sales by 133% (or by 49 872 units) compared to June 2022, and amounted to 87 357 cars. In the first half of the year the market grew by 9,9%.

# AEB HIGHLIGHTS



The speakers discussed recent changes in the communication landscape, general trends in media consumption, the state of affairs in the “traditional” media market, the adaptation of international companies’ communication strategies to the current information agenda, the role of PR specialists and

## AEB PR & COMMUNICATIONS COMMITTEE EVENT

On July 27, 2023 the AEB Public Relations & Communications Committee organized an open event in a hybrid format “PR and corporate communications today. Changes, challenges and perspectives”.

company speakers, as well as recommendations on how to conduct communications today.

The participants exchanged opinions and shared their rich experience.

## AEB NETWORKING EVENT “AUTUMN LEAVES”

On September 6, 2023 AEB organized a networking event “Autumn Leaves” that symbolically launched a new business season.

Over 250 guests attended the event: AEB member companies, representatives of the Diplomatic Corps of several EU member states, representatives of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation and so on.

Philippe Pegorier, AEB Board Deputy Chairman, Tazio Schilling, AEB CEO, and Roman Tikhonenko, General Manager, Gardia, delivered welcome speeches.



AEB would like to express its sincere gratitude to Gardia (platinum sponsor), Metalock Engineering and Seamless Legal (gold sponsors), Heel (sponsor), Dr. Hauschka and Kellogg’s (partners) for making the event possible.



# ВАЖНЫЕ СОБЫТИЯ АЕБ



Конференция была посвящена последним изменениям в таможенном законодательстве России и ЕАЭС и анализу текущей правоприменительной практики.

В конференции приняли участие Сергей Амелянович, первый заместитель начальника Главного управления организации таможенного оформления и таможенного контроля Федеральной таможенной службы, Леонид Лозбенко, Председатель Общественного Совета при Федеральной таможенной службе, а также представители прочих ведомств.

## «БЕСЕДЫ О РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ»

27 июня 2023 года состоялись «Беседы о российской экономике».

Приглашенные спикеры обсудили наиболее актуальные вопросы развития российской экономики и обменялись мнениями о макроэкономических сценариях.

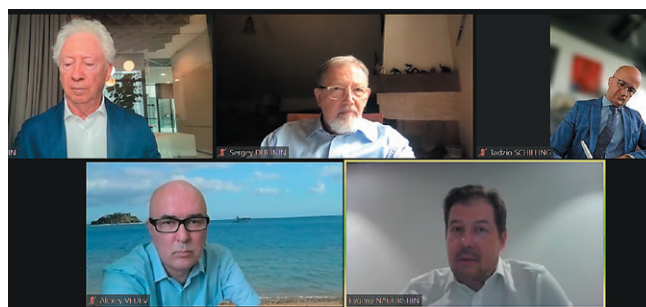
Модерировал дискуссию Тадзио Шиллинг, Генеральный директор АЕБ.

Олег Вьюгин, Профессор НИУ ВШЭ, рассказал о факторах, влияющих на экономику России в 2022-2023 годах. Среди ключевых аспектов эксперт назвал переориентацию торговых потоков, регулирование ЦБ и бюджетный импульс. Евгений

## ЕЖЕГОДНАЯ ТАМОЖЕННАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ АЕБ

22 июня 2023 года состоялась 17-ая ежегодная таможенная конференция АЕБ «Таможня и бизнес: развитие сотрудничества в новых реалиях».

ФТС уведомила о работе по расширению «узких мест» в логистике, в частности модернизации международного автомобильного пункта пропуска «Верхний Ларс». Министерство финансов сообщило о деятельности по межведомственному согласованию Таможенного кодекса ЕАЭС. Министерство экономического развития проинформировало о механизмах формирования благоприятного бизнес-климата в сфере ВЭД. Минпромторг рассказал об изменении подхода к перечню товаров, разрешенных к параллельному импорту.



Надоршин, Главный экономист «ПФ Капитал», представил региональный срез развития промышленности, рассказал о ситуации с импортозамещением и текущей структуре инвестиций. Сергей Дубинин, Заведующий кафедрой финансов и кредита экономического факультета МГУ, осветил вопросы, связанные с банковско-финансовым сектором и его устойчивостью. Алексей Ведев, Заведующий лабораторией финансовых исследований, Институт экономической политики им. Гайдара, рассказал о перспективах экономического развития России в условиях санкций, оценил динамику инвестиций и дал прогноз показателей социально-экономического развития.

# ВАЖНЫЕ СОБЫТИЯ АЕБ



Участники мероприятия обсудили недавние и предстоящие изменения в российском налоговом законодательстве, а также вопросы, связанные с международным налогообложением и трансграничными операциями, налоговым контролем и администрированием, развитием судебной практики.

Тадзио Шиллинг, Генеральный директор АЕБ, выступил со вступительным словом.

Высокопоставленные представители Федеральной налоговой службы приняли участие в конференции: Дмитрий

## ПОЛУГОДОВАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ КОМИТЕТА АЕБ ПО НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ

6 июля 2023 года Комитетом АЕБ по налогообложению была организована традиционная полугодовая конференция «Тенденции и перспективы».

Сатин, Заместитель Руководителя; Александра Кадет, Руководитель Департамента трансфертного ценообразования; Елена Суворова, Руководитель Департамента по крупнейшим налогоплательщикам.

Среди экспертов были: Нина Гулис, Председатель Комитета АЕБ по налогообложению, «Кэпт»; Михаил Орлов, «Кэпт»; Анна Модянова, «Технологии Доверия»; Валерия Хмелевская, «Бренд и партнеры»; Мария Кабанова, SEAMLESS Legal; Ксения Литвинова, «Пепеляев Групп»; Андрей Вакар; Рустем Ахметшин, «Пепеляев Групп»; Антон Торопцев, Teva; Александр Ерасов, МЭФ LEGAL.

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕСС-РЕЛИЗА КОМИТЕТА АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АЕБ

6 июля 2023 года Комитет автопроизводителей АЕБ презентовал обновленный пресс-релиз по итогам продаж легковых и легких коммерческих автомобилей в России.

Модератором выступил Тадзио Шиллинг, Генеральный директор АЕБ.

Алексей Калицев, Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ, рассказал об изменениях в пресс-релизе и представил обновленный прогноз развития рынка в 2023 году.

По данным, предоставленным автопроизводителями и официальными импортерами, уровень продаж в июне 2023 года вырос на 88,3% (или на 24 518 штук) по сравнению с июнем 2022 года и составил 52 279 автомо-



билей. В первом полугодии рынок сократился на 3,1%.

По информации, предоставленной АО «ППК», июнь 2023 года ознаменовался увеличением уровня продаж на 133% (или на 49 872 штуки) по сравнению с июнем 2022 года и составил 87 357 автомобилей. В первом полугодии рынок вырос на 9,9%.

# ВАЖНЫЕ СОБЫТИЯ АЕБ



Докладчики обсудили последние изменения в коммуникационном ландшафте, общие тенденции в медиапотреблении, состояние дел на «традиционном» медиарынке, адаптацию коммуникационных стратегий международных компаний к текущей информационной повестке, роль PR-

## МЕРОПРИЯТИЕ КОМИТЕТА АЕБ ПО КОММУНИКАЦИЯМ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

27 июля 2023 года Комитет АЕБ по коммуникациям и связям с общественностью организовал открытое мероприятие в гибридном формате «PR и корпоративные коммуникации сегодня. Изменения, вызовы и перспективы».

специалистов и спикеров компаний, а также рекомендации по ведению коммуникаций сегодня.

Участники мероприятия обменялись мнениями и поделились своим богатым опытом.

## НЕТВОРКИНГ-МЕРОПРИЯТИЕ АЕБ «ОСЕННИЕ ЛИСТЬЯ»

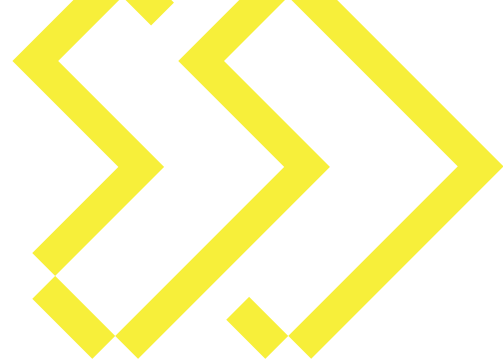
6 сентября 2023 года АЕБ организовала прием «Осенние листья», который символически открыл новый деловой сезон.

Мероприятие посетили свыше 250 гостей: члены АЕБ, представители дипломатического корпуса некоторых государств ЕС, представители Российского союза промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленной палаты РФ.

Филипп Пегорье, Заместитель Председателя Правления АЕБ, Тадзио Шиллинг, Генеральный директор АЕБ, и Роман Тихоненко, Генеральный директор страховой компании Gardia, выступили с приветственными словами.



АЕБ выражает искреннюю благодарность компании Gardia (платиновому спонсору), компаниям Metalock Engineering и Seamless Legal (золотым спонсорам), компании Heel (спонсору), компаниям Dr. Hauschka и Kellogg's (партнерам) за поддержку мероприятия.



## KEY MACROECONOMIC INDICATORS

	2018	2019	2020	2021	2022	H1 2023
<b>GDP, %</b>	2.8	2.0	-3.0	4.7	-2.1	1.4 (est.)
<b>Industrial production, %</b>	3.5	2.3	-2.7	5.3	-0.6	2.6
<b>Retail trade, %</b>	2.6	1.6	-4.1	7.3	-6.7	1.1
<b>Inflation, %</b>	4.3	3	4.9	6.7	13.8	5.6
<b>Real disposable income, %</b>	1.1	1.0	-3.5	3.1	-1.0	4.7
<b>Total number of unemployed (aged 15 years and older), %</b>	-7.8	-5.3	24.7	-16	-18.7	-17.2
<b>Current account balance, USD bln</b>	113.5	64.8	36	122	233	20.2
<b>Budget deficit, % of GDP</b>	2.7	1.8	-3.8	0.4	2.3	2.0 (for 2023)
<b>Brent USD/bbl (avg)</b>	70.8	64.4	41.8	69	99.89	79.26
<b>CBR rate</b>	7.75	6.5	4.25	4.25; 4.5; 5; 5.5; 6.5; 6.75; 7.5; 8.5	8.5; 9.5; 20; 17; 14; 11; 9.5; 8.0; 7.5	7.5; 8.5; 12.0

Sources: Rosstat, CBR, Ministry of Economic Development, Ministry of Finance

### MACRO OUTLOOK

According to the Russian Ministry of Economic Development, GDP in H1 2023 grew by 1.4% yoy (0.5% yoy to the level of two years ago), while in Q2 GDP exceeded the level of last year by 4.9% yoy after -1.8% yoy in Q1. In June, the growth was 5.3% yoy after 5.4% yoy in May.

### INDUSTRIAL PRODUCTION

Industrial production in H1 2023 showed an increase of 2.6% yoy (1.8% yoy for 5 months of 2023). In June, the annual growth also amounted to 6.5% yoy (after 7.1% yoy in May).

Production in H1 2023 grew at a faster pace: 6.2% yoy (4.8% yoy for 5 months of 2023). In June, in annual terms, growth accelerated to 13.1% yoy after 12.8% yoy in May, while the effect of the low base of last year remains. The main contribution to the improvement of the indicators of the manufacturing industry in H1 2023 continued to be made by the machine-building and metallurgical complexes (2.3 p.p.).

The growth of the machine-building complex in H1 2023 accelerated to 14.1% yoy (9.4% yoy for 5 months of 2023). In June, there was a significant increase in annual terms: 40.2% yoy (after 44.6% yoy in May), exceeding the level of 2021 by 23.0%.

The growth of the metallurgical complex in H1 2023 also accelerated: 11.0% yoy (9.6% yoy for 5 months of 2023). In addition, in June, the complex showed an increase of 17.7% yoy after 14.7% yoy a month earlier, and up to the level of 6.9% two years ago.

Oil refining in H1 2023 maintained an increase of 5.4% yoy (after 5.9% yoy for 5 months of 2023). In June, the production of coke and petroleum products continues to remain in the positive zone (3.1% yoy after 6.7% yoy a month earlier).

The chemical complex for H1 2023 entered the area of positive values: 1.5% yoy (-0.1% yoy for 5 months of 2023). In annual

terms, in June, the growth of the complex accelerated to 10.0% yoy after 9.0% yoy.

## EXTERNAL TRADE STATISTICS

The positive balance of foreign trade of the Russian Federation, determined by the methodology of the balance of payments, in H1 2023 amounted to USD 57.042 billion, which is 68.3%, or 3.2 times less than in the same period of 2022 (USD 179.781 billion).

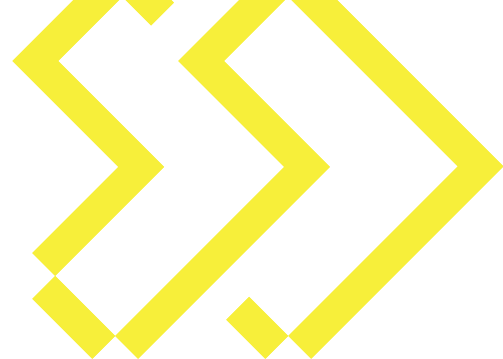
The volume of exports for 6 months decreased by 32.5%, to USD 206.8 billion, imports increased by 18.3% to USD 149.8 billion.

Russia's foreign trade turnover decreased by 17.6% in the first half of the year to USD 356.6 billion.

In June, the foreign trade surplus fell by 74.3% compared to the same indicator in June 2022 and amounted to USD 8.4 billion.

Exports in June decreased by 38% compared to the same month of 2022 to USD 33.4 billion, imports increased by 18.2% to USD 25.0 billion. Russia's foreign trade turnover in June decreased by 22.2% yoy, to USD 58.5 billion.

# АНАЛИТИКА АЕБ



## ОСНОВНЫЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

	2018	2019	2020	2021	2022	I ПОЛУГОДИЕ 2023
ВВП, %	2.8	2.0	-3.0	4.7	-2.1	1.4 (оценка)
Промышленное производство, %	3.5	2.3	-2.7	5.3	-0.6	2.6
Розничная торговля, %	2.6	1.6	-4.1	7.3	-6.7	1.1
Инфляция, %	4.3	3	4.9	6.7	13.8	5.6
Реальные располагаемые доходы, %	1.1	1.0	-3.5	3.1	-1.0	4.7
Общая численность безработных (в возрасте 15 лет и старше), %	-7.8	-5.3	24.7	-16	-18.7	-17.2
Сальдо счета текущих операций, млрд долл. США	113.5	64.8	36	122	233	20.2
Дефицит бюджета, % ВВП	2.7	1.8	-3.8	0.4	2.3	2.0 (на 2023 г.)
Brent (долл. США/баррель (сред.))	70.8	64.4	41.8	69	99.89	79.26
Ключевая ставка ЦБ	7.75	6.5	4.25	4.25; 4.5; 5; 5.5; 6.5; 6.75; 7.5; 8.5	8.5; 9.5; 20; 17; 14; 11; 9.5; 8.0; 7.5	7.5; 8.5; 12.0

Источники: Росстат, ЦБ РФ, Минэкономразвития России, Минфин

### МАКРОПРОГНОЗ

По оценке Минэкономразвития России, ВВП по итогам первого полугодия 2023 года вырос на 1,4% г/г (0,5% г/г к уровню двухлетней давности), при этом во втором квартале ВВП превысил уровень прошлого года на 4,9% г/г после -1,8% г/г в первом квартале. В июне рост составил 5,3% г/г после 5,4% г/г в мае.

### ПРОМЫШLENное ПРОИЗВОДСТВО

Промышленное производство в первом полугодии 2023 года показало рост на 2,6% г/г (1,8% г/г за 5 месяцев 2023 года).

В июне в годовом выражении также рост: 6,5% г/г (после 7,1% г/г в мае).

Обрабатывающие производства в первом полугодии 2023 года росли опережающими темпами: 6,2% г/г (4,8% г/г за 5 месяцев 2023 года). В июне в годовом выражении рост ускорился до 13,1% г/г после 12,8% г/г в мае, при этом эффект низкой базы прошлого года сохраняется. Значительный рост и к уровню двухлетней давности: 7,7%. Основной вклад в улучшение показателей обрабатывающей промышленности в первом полугодии 2023 года продолжили машиностроительный и металлургический комплексы (2,3 п.п.).

Рост машиностроительного комплекса по итогам первого полугодия 2023 года ускорился до 14,1% г/г (9,4% г/г за 5 месяцев 2023 года). В июне в годовом выражении наблюдалось сохранение значительного роста: 40,2% г/г (после 44,6% г/г в мае) с превышением уровня 2021 года на 23,0%.

Рост металлургического комплекса в первом полугодии 2023 года также ускорился: 11,0% г/г (9,6% г/г за 5 месяцев 2023 года).

Нефтепереработка по итогам первого полугодия 2023 года сохранила рост 5,4% г/г (после 5,9% г/г за 5 месяцев 2023 года). В июне производство кокса и нефтепродуктов продолжает оставаться в положительной области (3,1% г/г после 6,7% г/г месяцем ранее).

Химический комплекс по первому полугодю 2023 года вышел в область положительных значений: 1,5% г/г (-0,1% г/г за 5 месяцев 2023 года). В годовом выражении в июне рост комплекса ускорился до 10,0% г/г после 9,0% г/г.

## СТАТИСТИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Положительное сальдо внешней торговли РФ, определенное по методологии платежного баланса, в первом полугодии 2023 года составило 57,042 млрд долл. США, что на 68,3%, или в 3,2 раза, меньше, чем за аналогичный период 2022 года (179,781 млрд долл. США).

Объем экспорта за 6 месяцев снизился на 32,5%, до 206,8 млрд долл. США, импорт вырос на 18,3%, до 149,8 млрд долл. США.

Внешнеторговый оборот России за полугодие уменьшился на 17,6% – до 356,6 млрд долл. США.

В июне профицит внешней торговли упал на 74,3% по сравнению с аналогичным показателем июня 2022 года и составил 8,4 млрд долл. США.

Экспорт в июне снизился по сравнению с тем же месяцем 2022 года на 38% – до 33,4 млрд долл. США, импорт вырос на 18,2% – до 25,0 млрд долл. США. Внешнеторговый оборот России в июне сократился в годовом выражении на 22,2% – до 58,5 млрд долл. США.

# AEB LOBBYING



## PARALLEL IMPORTS

Since the partial legalization of parallel imports in the Russian Federation, AEB has been in constant dialogue with the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation on the issue of forming a list of goods to which a number of provisions of the Civil Code of the Russian Federation do not apply, i.e. the parallel imports regime applies. Since the work on updating this list is being carried out on an almost permanent basis, the Ministry issues updated lists on a regular basis.

On August 4, 2023 the Ministry of Industry and Trade adjusted a list of parallel imports. The Ministry states that the changes are targeted and are related both to the addition to the list of goods allowed for parallel imports of brands that have stopped deliveries to Russia and to the exclusion of a number of brands that have resumed deliveries to Russia. At the same time, the Ministry supports a gradual reduction of the list as goods items are replaced by Russian brands.

Earlier the Ministry reported about revision of the approach to formation of the list (from brands to indication of right holders), since such a principle is the basis for formation of the Customs Register of Intellectual Property Objects of the Russian Federation. However, this approach has not been implemented to date.

AEB will continue to cooperate with the Ministry of Industry and Trade, the Federal Customs Service and other involved authorities on issues arising in the course of the implementation of legislation on parallel imports within the framework of the AEB Working Group on Parallel Imports.

## LEGAL STATUS OF FOREIGNERS

On July 10, 2023 a Federal Law was published which introduced a number of amendments to the Federal Law “On the Legal Status of Foreign Citizens in the Russian Federation”. AEB initiatives were supported by the relevant committee of the State Duma and adopted in the Law, i.e.:

- to conduct medical examinations of the family members of the HQS every three years when renewing the work permit of the HQS;
- to submit medical documents within a 30 day-period upon the decision on renewal or within 30 days of entry into the Russian Federation.

In addition to the above changes, the Law increases the salary (remuneration) of the HQS to 750 thousand roubles per quarter (from March 1, 2024).

The Law provides the granting of a permanent residence permit to a HQS who has been working for at least two years and his family members, provided that the HQS and his family members already hold a temporary residence permit issued on the basis of the HQS work permit.

All changes, past and more recent, regarding medical checks were achieved thanks to the tireless and joint efforts of AEB migration experts, which involved several letters to the Russian Ministry of the Internal Affairs, the Ministry of Economic Development, the State Duma and the Presidential Administration to ensure that the same conditions for medical examinations are applied to both HQS and their family members.



# ПРОДВИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ КОМПАНИЙ



## ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ

С момента частичной легализации параллельного импорта в Российской Федерации АЕБ находится в постоянном диалоге с Минпромторгом России по вопросу формирования перечня товаров, в отношении которых не применяется ряд положений Гражданского кодекса РФ, т.е. действует режим параллельного импорта. Поскольку работа над актуализацией этого перечня ведется практически на постоянной основе, Министерство выпускает обновленные перечни на регулярной основе.

Минпромторг России скорректировал перечень параллельного импорта 4 августа 2023 года. В ведомстве заявляют, что изменения носят точечный характер и связаны как с дополнением перечня товаров, разрешенных для параллельного импорта, брендами, прекратившими поставки в РФ, так и с исключением ряда брендов, возобновивших поставки в Россию. При этом Минпромторг России поддерживает постепенное сокращение перечня по мере замещения товарных позиций российскими брендами.

Ранее Министерством сообщалось о пересмотре подхода к формированию перечня (от брендов к указанию на правообладателей), поскольку подобный принцип лежит в основе формирования ТРОИС РФ. Однако на данный момент такой подход реализован не был.

АЕБ продолжит взаимодействовать с Минпромторгом, ФТС России и иными вовлеченными ведомствами по вопросам, возникающим в ходе реализации законодательства по параллельному импорту в рамках профильной рабочей группы.

## ПРАВОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ИНОСТРАНЦЕВ

10 июля 2023 года был опубликован Федеральный закон, который внес ряд изменений в Федеральный закон «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации». Инициативы АЕБ были поддержаны профильным комитетом Государственной Думы и приняты в виде закона, а именно:

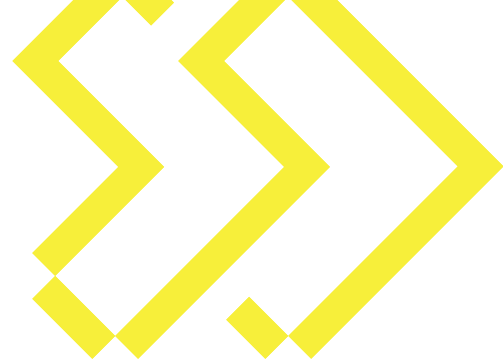
- проводить медицинское освидетельствование членов семьи ВКС каждые 3 года при продлении разрешения на работу ВКС;
- представлять медицинские документы в 30-дневный срок после принятия решения о продлении или в течение 30 дней с момента въезда в РФ.

Помимо указанных изменений, в соответствии с принятым законом увеличивается до 750 тыс. рублей за один квартал уровень заработной платы (вознаграждения) ВКС (с 1 марта 2024 года).

Принятый закон предусматривает выдачу бессрочного ВНЖ для ВКС, осуществляющему трудовую деятельность не менее двух лет, и членам его семьи при условии, что данный высококвалифицированный специалист и члены его семьи уже имеют срочный ВНЖ, выдаваемый на основании разрешения на работу ВКС.

Все изменения (как прошлые, так и недавние), касающиеся медицинского освидетельствования, были достигнуты благодаря неустанной совместной работе специалистов АЕБ по миграции, которая включала в себя несколько писем в МВД России, Минэкономразвития, Государственную Думу и Администрацию Президента РФ с целью обеспечения одинаковых условий прохождения медицинского освидетельствования как для ВКС, так и для членов их семей.

# AEB NEW COMPANIES



## CAMPARI GROUP

### Campari Group

Campari Group is a major player in the global spirits industry, with a portfolio of over 50 premium+ brands.

The Group's key brands are: Aperol, Campari, Wild Turkey, etc.

Founded in 1860, today it is the sixth largest player worldwide in the industry, trading in over 190 nations around the world with leading positions in Europe and the Americas.

The Group's growth strategy combines organic growth through strong brand building and external growth via selective acquisitions. The Group employs over 4K people. Based in Milan, Italy, Campari Group owns 22 plants worldwide and has its own distribution network in 20 countries.

[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)



### The Carlton, Moscow hotel

Take your front row seat to the very best Moscow has to offer. Step inside and get caught up in the enchantment of The Carlton, Moscow hotel.

From mesmerising rooftop views to showstopping suites and divine dining that always comes with an unexpected flourish! Lean in, let Moscow captivate you.

The hotel features 266 elegant rooms and 66 luxurious suites offering a completely new travel experience.

Three restaurants and two bars, including O2 Lounge with magnificent city views and a sophisticated Champagne Bar in the lobby, Cube.Moscow art platform, a full-service spa and various meeting spaces including Ballroom are among the hotel's premium amenities.

[www.carltonmoscow.com](http://www.carltonmoscow.com)

# AEB NEW COMPANIES



## Colgate-Palmolive

Colgate-Palmolive company, a leading global consumer company, focuses on personal hygiene, household cleaning, fabric care, and pet nutrition.

Its products are sold in over 200 countries under such internationally recognized brand names as

Colgate (toothpaste, toothbrushes), Palmolive (shower gel, shampoo, soap), Mennen and Lady Speed Stick (deodorants), Ajax (household cleaner), and Hill's Science Diet (pet food).

[www.colgatepalmolive.ru](http://www.colgatepalmolive.ru)

## NOVUS CAPITAL

## Novus Capital

Novus Capital is a team of investment market professionals focused on supporting M&A transactions and capital raising transactions aimed at business growth, with a total amount of 40+ closed deals worth over USD1.3 billion.

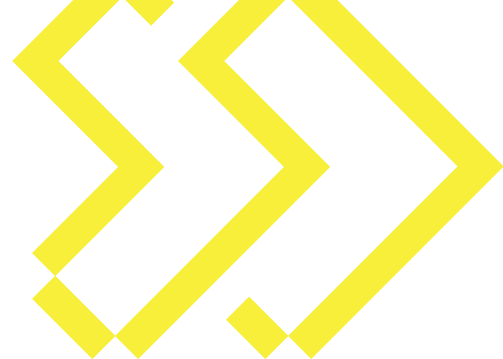
One of the main assets is access to 1000+ financial and industry investors from all over the world. This helps to quickly raise capital for growth, find buyers for assets, create

competition between them, and maximize the value of the asset being sold.

Ten industries in which deals have been successfully closed: pharma, technology, agriculture, financial sector, construction, trade/distribution, electrical equipment, auto components, mechanical engineering, transport.

[www.novuscapital.ru](http://www.novuscapital.ru)

# AEB NEW COMPANIES



## Swissotel Krasnye Holmy

Centrally located in the upscale and prestigious area of Moscow, the cultural and business heart of Russia, awards-winning 5-star Swissotel Krasnye Holmy is the perfect panoramic place for exploring this fascinating city. One of the tallest 5-star hotels in Moscow offers 236 elegant and comfortable rooms and suits with contemporary design. Spacious rooms (min 35 sq m), full of air and light, offer guests the breathtaking views of the city.

Luxurious Penthouse Suite of 272 sq m with private open air terrace and Presidential Suite on the 29th floor.

Diverse culinary options include a sumptuous breakfast buffet; Vitality Menu with organic herbs at elegant Acapella, an exclusive Swiss Executive Club Lounge and the beautiful Pürovel Spa & Sport.

[www.swissotel-hotels.ru/hotels/moscow/](http://www.swissotel-hotels.ru/hotels/moscow/)



## Synthesia Chemi GmbH

Synthesia Chemi GmbH (originating in Germany) develops modern crop protection products based on proven active substances, but with new formulations adapted to the requirements of modern agriculture and not previously available in these formulations.

Synthesia Chemi LLC is its subsidiary founded in Russia in December 2021.

[www.synthesia-chemi.ru](http://www.synthesia-chemi.ru)

# AEB NEW COMPANIES



## Unilever

Unilever is one of the world's largest consumer goods companies, with sales in over 190 countries and products used by 3.4 billion people every day.

We have been operating in Russia for more than 30 years. The number of employees accounts for about 3,000 people.

Unilever owns four production clusters in Russia: in Tula region, St. Petersburg, Yekaterinburg, Omsk.

Our portfolio in Russia includes such well-known brands as Dove, Clear, TRESemme, Axe, Rexona, Pure Line, Silky Hands, Black Pearl, Forest Balm, Domestos, Cif, Knorr, Zolotoy Standart, Inmarko, and others.

Our purpose is to make sustainable living commonplace.

[www.unilever.ru](http://www.unilever.ru)



## Vessen

Vessen is a distributor of goods of brands of the heating equipment sector, which sells boilers and water heaters on the territory of the Russian Federation. This is a Katre Isi foreign trade organization that carries out sales and marketing activities in Russia.

Vessen cooperates with such brands as E.C.A., Ecodense and sells its own products under the Vessen brand.

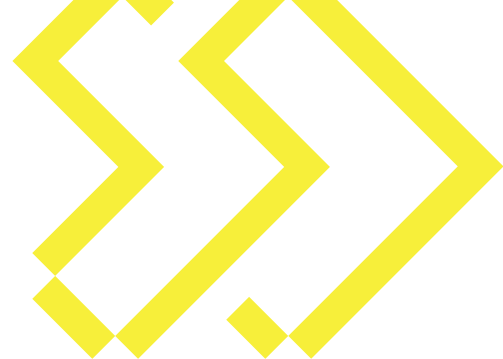
The common goal that unites all the brands with which the company cooperates is

constant growth, thanks to investments in technological research and development.

In 2023, the company tripled sales by including an electric combined boiler in the product group. At the same time, the number of employees has doubled, and we continue to expand the staff.

[www.vessenrussia.ru](http://www.vessenrussia.ru)

# НОВЫЕ КОМПАНИИ АЕБ



## CAMPARI GROUP

### Campari Group

Campari Group – один из лидеров мировой алкогольной индустрии, в портфолио которого более 50 премиальных брендов.

Ключевые бренды – Aperol, Campari, Wild Turkey и проч.

Основанная в 1860 году, компания присутствует более чем в 190 странах мира и является шестым по величине игроком в индустрии, занимая лидирующие позиции на рынках в Европе и Америке.

Стратегия развития компании сочетает органический рост за счет построения сильных брендов и внешний рост за счет выборочных приобретений.

В компании работает более 4000 человек. Штаб-квартира компании располагается в Милане, Италия.

Campari Group владеет 22 заводами по всему миру и имеет собственную дистрибьюторскую сеть в 20 странах.

[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)



### The Carlton, Moscow hotel

Займите Ваше место в первом ряду, чтобы насладиться лучшим, что может предложить Москва. Попадите под очарование отеля Карлтон Москва.

От завораживающих видов до роскошных люксов и изысканной гастрономии, отель располагает 266 элегантными номерами и 66 люксами, предлагающими совершенно новые впечатления от путешествия.

К услугам гостей – три ресторана и два бара, в том числе O2 Lounge с террасой и великолепным видом на город, изысканный Champagne Bar в лобби отеля, арт-пространство Cube.Moscow, спа-центр с бассейном и залы для конференций и банкетов, включая просторный Бальный зал.

[www.carltonmoscow.com](http://www.carltonmoscow.com)

# НОВЫЕ КОМПАНИИ АЕБ



## Colgate-Palmolive

Компания Colgate-Palmolive, ведущая мировая потребительская компания, специализируется на личной гигиене, бытовой химии, уходе за тканями и питании домашних животных.

Продукция компании продается более чем в 200 странах под такими всемирно признанными торговыми марками, как Colgate

(зубная паста, зубные щетки), Palmolive (гель для душа, шампунь, мыло), Mennen и Lady Speed Stick (дезодоранты), Ajax (чистящие средства для дома) и Hill's Science Diet (корма для домашних животных).

[www.colgatepalmolive.ru](http://www.colgatepalmolive.ru)

NOVUS CAPITAL

## Novus Capital

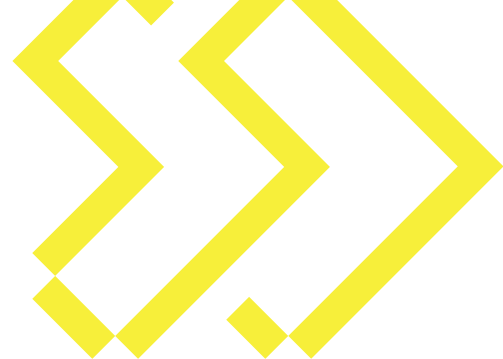
Novus Capital – это команда профессионалов инвестиционного рынка с фокусом на сопровождение M&A сделок и сделок по привлечению капитала для роста и масштабирования бизнеса с общим объемом 40+ сделок на сумму более 1,3 млрд долл.

Один из главных активов – это доступ к 1000+ финансовым и отраслевым инвесторам со всего мира. Это помогает быстро привлекать капитал для роста, находить покупателей на активы, создавать

конкуренцию между ними и максимизировать стоимость продаваемого актива в различных секторах экономики, в которых мы имеем доступ на уровне акционеров. Десять отраслей, в которых успешно закрыты сделки: фарма, технологии, сельское хозяйство, финансовый сектор, строительство, торговля/дистрибуция, электротехническое оборудование, автокомпоненты, машиностроение, транспорт.

[www.novuscapital.ru](http://www.novuscapital.ru)

# НОВЫЕ КОМПАНИИ АЕБ



swissôtel KRASNYE HOLMY  
MOSCOW

## Swissotel Krasnye Holmy

Swissôtel Красные Холмы – яркий представитель одного из самых известных швейцарских гостиничных брендов в мире.

Отель расположен в сердце деловой и культурной жизни Москвы рядом с основными достопримечательностями и главными магистралями столицы.

Отель располагает собственным парком, Spa-комплексом, бассейном и фитнес-центром, банкетными залами, панорамным баром City Space Bar &

Restaurant на 34 этаже и Эксклюзивным Швейцарским Клубом.

Разнообразные кулинарные блюда включают роскошный завтрак «шведский стол»; меню с органическими травами в элегантной Asapella, эксклюзивный представительский клубный лаундж Swiss и прекрасный спа-салон Pürovel & Sport.

[www.swissotel-hotels.ru/hotels/moscow/](http://www.swissotel-hotels.ru/hotels/moscow/)



## Synthesia Chemi GmbH

Synthesia Chemi GmbH (страна происхождения – Германия) разрабатывает современные средства защиты растений на основе проверенных действующих веществ, но с новыми составами, адаптированными к требованиям современного сельского хозяйства и ранее не выпускавшимися в данных рецептурах.

ООО «Синтезия Кеми» является дочерним предприятием в России, основанным в декабре 2021 года.

[www.synthesia-chemi.ru](http://www.synthesia-chemi.ru)



# НОВЫЕ КОМПАНИИ АЕБ



## Unilever

Unilever – один из мировых лидеров по производству товаров повседневного спроса, продукцией компании ежедневно пользуются 3,4 млрд потребителей более чем в 190 странах.

В России мы работаем более 30 лет, численность сотрудников компании – около 3000 человек. Unilever в России владеет четырьмя производственными кластерами: в Тульской области, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Омске.

Портфель торговых марок Unilever в России включает в себя такие известные бренды, как Dove, Clear, TRESemme, Axe, Rexona, «Чистая линия», «Бархатные ручки», «Черный жемчуг», «Лесной бальзам», Domestos, Cif, Knorr, «Золотой стандарт», «Инмарко» и другие.

Цель компании Unilever – сделать устойчивое и достойное качество жизни доступным для всех.

[www.unilever.ru](http://www.unilever.ru)



## Vessen

«Вессен» – это компания-дистрибьютор товаров брендов сектора отопительного оборудования, которая занимается реализацией котлов, бойлеров и водонагревателей на территории РФ. Это внешнеторговая организация Katre Isi, осуществляющая продажи и маркетинговую деятельность в России.

«Вессен» сотрудничает с такими брендами, как E.C.A., Ecodense и занимается реализацией собственных товаров под маркой Vessen.

Общая цель, объединяющая все бренды, с которыми сотрудничает компания, – постоянный рост благодаря инвестициям в технологические исследования и разработки.

В 2023 году компания утроила продажи, включив электрический комбинированный котел в продуктовую группу. В то же время число сотрудников удвоилось, и мы продолжаем расширять штат.

[www.vessenrussia.ru](http://www.vessenrussia.ru)

# АЕВ SPONSORS/СПОНСОРЫ АЕВ 2023

B1	Merck
Bank Credit Suisse	METRO Cash&Carry
BOSCH Group	Oriflame
Colgate-Palmolive	Procter & Gamble
Continental Tires RUS	Raiffeisenbank
EL5-Energo	SOGAZ
HeidelbergCement	Technologies of Trust
ING	TotalEnergies EP Russie
Kept	VEGAS LEX
Leroy Merlin Russia	Zetta Life (Allianz IC)
MB RUS (Mercedes-Benz Russia)	

**Publication name/Наименование издания:** AEB Business Quarterly

(Ежеквартальное деловое издание Ассоциации европейского бизнеса)

**Published by/Учредитель:** Association of European Businesses/Ассоциация европейского бизнеса

**Publication volume and number/Номер выпуска:** 3, 2023

**Release date/Дата выхода:** September 29, 2023/29 сентября 2023 г.

**Circulation/Тираж:** 500 copies/500 экз.

**Cost/Цена:** Distributed free of charge/Бесплатно

**Publisher's address/Адрес издателя, редакции:** 68/70 Butyrsky Val, bld. 1, 127055, Moscow, Russia/

Россия, 127055, г. Москва, ул. Бутырский Вал, д. 68/70, стр. 1

The opinions and comments expressed here are those of the authors and do not necessarily reflect those of the Association of European Businesses/Изложенные мнения/комментарии авторов могут не совпадать с мнениями/комментариями Ассоциации европейского бизнеса.

The information in this publication is not exhaustive and does not represent a professional consultation on related matters. While all reasonable care has been taken to prepare it, the AEB accepts no responsibility for any errors it may contain, whether caused by negligence or otherwise, or for any loss, however caused, sustained by any person that relies on it. [The information in this publication should not be used as a substitute for consultation with professional advisers.]/Информация в данном издании не является исчерпывающей и не является профессиональной консультацией по соответствующим вопросам. Несмотря на то, что были предприняты все меры предосторожности при ее подготовке, АЕБ не несет ответственности за наличие возможных ошибок, допущенных по невнимательности или другим причинам, а также за любой вред, понесенный любым лицом, которое будет руководствоваться данной информацией. [Информация в данном издании не должна использоваться в качестве замены консультаций с профессиональными консультантами.]



Association  
of European  
Businesses

# STRONGER TOGETHER!



## NAVIGATING A CHALLENGING ENVIRONMENT



AEB  
Telegram channel

**JOIN US!**



@aeb\_news

Реклама