



STRATEGY Links
AccEssMeeting

ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY

Business Center «Voentorg», 125009, Moscow,
Vozdvizhenka str., Building 10 | Floor 3

Tel.: +7 985 910 8880 Site: www.ExImShow.com

Mail: cbruskova@ExImShow.com

Organiser



STRATEGY Links
AccEssMeeting
ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY

General Partner

الإتحاد
ETIHAD
AIRWAYS



PBC
PROM



NielsenIQ **KANTAR** **TNS**

Strategic Partners

اسياد
ASAD



I · A · I · B
INTERNATIONAL ASSOCIATION OF ISLAMIC BUSINESS



21th AccEssMeeting OMNICHANNEL: MIDDLE EAST | MAGHREB | AFRICA DISTRIBUTION Trade Show Экспорт в страны АРАБСКОГО залива МАГРИБА и АФРИКИ:

Безальтернативное внешнеторговое партнерство

Дата: 28 Июня 2024 года

Формат: G2MATCHMAKING & OMNICHANNEL DISTRIBUTION TRADE SHOW

Место проведения: ОТЕЛЬ Holiday Inn Tagansky - Конгресс-холл Симоновский (Москва Симоновский Вал, 2)





21th AccEssMeeting OMNICHANNEL: MIDDLE EAST | MAGHREB | AFRICA DISTRIBUTION Trade Show

Go2MATCHMAKING & DISTRIBUTION TRADE SHOW & FOREIGN TRADE STRATEGIES

Запрос относительно участия в B2B встречах и структурирование ВЭД сделок с партнерами из стран Залива, Магриба и Африки

Уважаемый делегат,

28 Июня 2024 года в генеральном партнерстве с *KPMG Abu Dhabi*, при поддержке Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO) пройдет **21st AccEssMeeting OMNICHANNEL: MIDDLE EAST | MAGHREB | PanAFRICA – DISTRIBUTION Trade Show** для экспортно ориентированных российских корпоратов на тему: «**Экспорт в страны АРАБСКОГО залива, МАГРИБА и АФРИКИ: безальтернативное внешнеторговое партнерство**» ([ссылка на сайт](#)). Место проведения: *Holiday Inn Tagansky – Москва, Симоновский вал ул., д. 2, М. Пролетарская\Крестьянская застава*.

Страновой ВЭД фокус:

Арабский залив*, Магриб* и Субсахарская Африка (49 государств)

*Саудовская Аравия
Иран
Бахрейн

ОАЭ
Кувейт
Ирак

Египет
Алжир
Оман

Турция
Иордания
Израиль

Катар
Марокко
Тунис

Цели ВЭД OMNICHANNEL: MIDDLE EAST | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show:

- Участники получат: консолидированную базу ->105 дистрибуторов стран Ближнего Востока, Магриба и Африки
 - контакты\точки входа в On/Off Line B2B, B2C, B2D-розницу, на ритейл полку операторов – Арабского залива и Африки;
 - практические инструменты оценки «страновой матрицы востребованности SKU / реализуемых товарных групп»;
- Арабские и африканские дистрибуторы обозначат: а) свои каналы On/Off Line продаж товарных групп; б) оценят SKU относительно эффективности продаж на полке стран Арабского залива и Африки; в) оценят уровень востребованности вашей товарной номенклатуры;
- Дистрибуторы представят критерии отбора, условия закупа и свои каналы сбыта* (Сессия Pin2WIN), а также:
 - отметят наработки в части специфических потребительских особенностей и Off Line требований в странах Залива, Магриба и Африки по товарным группам присутствующих в зале участников (*направление запроса до 15.06.2024*);
 - сформулируют алгоритмы реализации товарных групп по On и Off Line каналам сбыта (что необходимо доработать для сокращения финансовых, временных, людских издержек для продаж в странах Залива, Магриба и Африки);
 - в рамках сессии «MENA & PanAFRICA Cross Examination InterTRADE» - ответят на вопросы российских корпоратов;
- Закупщики: а) вскроют модели преодоления санкционных барьеров при наращивании поставок по On/Off Line каналам, межбанковскому обслуживанию, логистическим алгоритмам; б) обозначат ВЭД методологию и опыт по работе с сетевыми ретейлерами, суб/поставщиками и маркетплейсами в Арабского залива и Магриба.

Программа ВЭД OMNICHANNEL делится на 2 блока:

InterTRADE №1: MIDDLE EAST & MAGHREB DISTRIBUTION Trade Show

InterTRADE №2: PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

InterTRADE №1: GULF & MAGHREB OFF\ON LINE Distribution

продажа через «арабскую ритейл полку» и O2O (On Line to Off Line Distribution) в регионе MENA

- Дистрибуция через ритейл-полку *Department stores, Grocery supermarkets, Discount stores, Hypermarkets, Convenient stores* стран Ближнего Востока и Северной Африки. Эффективные стратегии по снижению затрат при поиске Off Line партнера
- Особенности конкурентного продвижения в *Retail Chains, Home-Meal Replacement (HMR), FMCG Platforms, HoReCa, Restaurant and Institutional (HRI)* дистрибуторских сегментах стран Залива и Магриба
- Какие SKU востребованы у FMCG ритейл-дистрибуторов – ключевые пункты закупочной политики сетей (кейсы):

Ближневосточных ретейлеров: *Tammim, SAVOLA Group, Al-Othaim Markets, FARM Superstores, Al Raya Supermarkets, Bin Dawood Supermarkets, Al Sadhan Supermarkets, Majid Al Futtaim Supermarkets, Landmark Group, Almarai Al-Watania др.*

Bananas-Convenient Store: *Sunbulah, Euromarche, Jazeera, Star, Sarwat, Mandarin, Badruddine, Matajer, Nakheel, Nouri, Anoud*

Гипермаркетов: *Panda, Geant, Shanklin, Backer Modeli, Al-Othaim, Danube, Lulu, Carrefour, Saudi, Manual, Surat Hypermarkets*

Дистрибуторов и переработчиков: *Salim Basamah Company, Al Islami Foods, Al Kabeer, Al Areesh, Arctic Gold, Emirates Trade*

Кооперативных магазинов: *Union Coop, Emirates Cooperative Society, Bain Al Jesrain Co-Operative Society др.*

FMCG дистрибуторы и закупщики из стран MENA ответят на ряд вопросов:

- Каковы ключевые пункты закупочной политики арабских импортеров\сетей (кейсы)? Инструменты «двухлинейных трюков» дистрибуторов, закупщиков, импортеров КСА, Катара, Бахрейна, Египта, Омана, Кувейта и ОАЭ?
- Почему важно развивать стратегию входа не только в FMCG розницу, но и в арабскую HoReCa?
- Почему 73% продаж групп FMCG в регионе MENA приходится на целевые категории, при этом на долю современных форматов розничной торговли суммарно (на КСА, ОАЭ и Катар) приходится более 82% продаж?
- Каковы стандартные условия с отсрочкой платежа от 60 дней в зависимости от условий ритейл-сетей в MENA – на примере кейсов (*Carrefour, LuLu, Al Maya, Spinneys, Union Coop, Choithrams, West Zone, Backer Modeli, Al-Othaim etc.*)?

- Какие розничные сети Залива и Магриба **не берут платы за размещение SKU**? Почему стоимость *размещения, налоги, логистика\услуг таможенной очистки, хранения, реализации и доставки* - входят в общую надбавку?
- Выгодно ли и каковы сценарные модели при поставках российской продукции через 3 страны (КНР, Вьетнам, Турция)?
- Как осуществить **контроль и валидацию фактического исполнения маркетингового плана и плана продаж вашей продукции**? Построение коммерческих условий и налаженных договорных отношений с закупщиком. B2B Кейсы
- Каким образом реализовать систему **точного управления запасами** при работе с *локальным дистрибутором (+|-): экспорт ритейл-сеть без временного хранения и дополнительных логистических цепочек? Оптимальный fulfillment*
- Какие SKU и почему **востребованы** у арабских потребителей – на примере кейсов. Когнитивное восприятие и продажи
- **Экспортные стратегии** представления востребованных товарных групп с учетом сегментации продуктов с высоким темпом роста в Заливе. Примеры дистрибуции в ОАЭ, КСА, Египте, Кувейте, Омане, Марокко, Алжире, Катаре.
- Арабский дистрибутор несет ответственность за **любые претензии ритейлера к качеству продукта** - на что нужно обратить *внимание для прохождения этапа тщательной приемки продукции на стороне закупщика?* Dark Stores etc.
- Какие **бюджеты заложить для эффективного листинга** при размещении в ритейл-сети 1 SKU в Заливе и Магрибе?
- В каких странах MENA ритейл-сети работают **только с собственным пулом поставщиков**, а в каких (к примеру: КСА, Кувейт) возможен **прямой «вход»**? Обоснованность открытия торгового представительства или ТД?
- Каковы **косты за регистрацию нового поставщика в ритейл-сети MENA**? Оптимальная юнит-экономика в Заливе
- Как правильно **выстроить месячный, квартальный или годовой рибейт в %** и как он зависит от категории SKU и ритейл сети того или иного эмирата\страны Залива? *Регистрация продукции в муниципалитете и листингация в ритейле*
- Какова политика ритейл-сетей MENA в части *построения и выполнения квартального плана продаж SKU, необходимые условия присутствия в ритейл-сети и закупочной ведомости дистрибутора?*
- Как правильно выстроить и использовать **платные инструменты продвижения** для выполнения плана в ритейл-сетях Залива? Как не попасть на пересмотр *стоимости размещения при невыполнении плана? Оптимальные сроки продаж*
- Каковы **стандартные модели работы** в странах Арабского Залива: *специфика поставок через дистрибуторов, напрямую в розничные сети, через открытие собственного представительства или технического дистрибутора?*
- Почему при подборе дистрибутора в регионе MENA важно удостовериться в **складских площадях** - во избежании преждевременной *порчи продукции, неполучения прибыли вследствие разногласий с клиентом?*
- Как **отрабатывать возвраты**: в случае истечения срока годности? Как и кем организуются акции и предоставляются скидки? Стратегии в национальные праздники? Эффективно ли *поставить SKU в сетевые дисконтные магазины?*
- Обосновано ли полагаться на предложения крупных ритейлеров и дистрибуторов в части предложения использования договоров с их **международными перевозчиками**?
- Производство *под собственным брендом* или «арабское SKU». *Регистрация товарной марки\бренда в странах MENA*
- Как правильно построить **sales-коммуникации**: через **цифровые каналы** (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok), с высокой долей проникновения (более 92%) и возможностью таргетированных кампаний + **традиционных** (ТВ, радио, печать) рекламных каналов стран MENA – *акцент на арабскую культуру и язык титульной нации.*
- Дистрибуция и продажи **через агрегаторы и маркетплейсы стран MENA**: правильная формулировка УТП вашего бренда
 - Amazon-souq.com (37 млн. ежемес.посетителей), Noon.com (29 млн), Awoke.com (24 млн) – только ОАЭ = \$11,59млрд
 - Wadi.com, Wywysada.com, Wamli.com, Alshop.com, Buylebanese.com, Namshi.com, Landmark Shops, Mumzworld.com
 - Aids.com, Carrefouruae.com, Terrible.com, Basharaccess.com, Groupon.ae, Luluwebstore, Dragonmart, LetsTango, WEE
 - Saffronsouk, Myecosouk, Ohaansz, DesertCart, Storeus, Wolfly, Emakan, Halawy, Sandhai, Quodoo, FalconCityMarkets
 - Jarir, MercadoLibre, Jazp, EBay, Best Buy, Rakuten, Newegg, Haraj.com.sa, Cobone.com, Opensooq, Markavip.com etc.
- Почему арабский потребитель платит исключительно **в момент доставки заказа**? *Стоит ли опасаться «покупателей-халявщиков»?* В чем обязательства открытия российскими экспортерами **Е-счета** в ряде стран Залива?
- Почему для РФ экспортера важна возможность экспозиции на *Duty free E-Comm хабе Matajir.com и др.?*
- **Эффективные стратегии позиционирования** - работа с арабскими Hi-End, MBS, 3G-Маркетинг, рынок KOL, микро-ритейл, социальный маркетинг. Cross Border \ Audience Insight Finder. *Календарь главных E-Comm событий в арабских странах*
- **Сезонность** экспортных поставок. Экспорт в Рамадан, Деваля и иные праздники в страны MENA

InterTRADE №2: PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

Ключевые критерии закупочной политики и страновые особенности африканских импортеров (кейсы)

- В каких странах Африки **наиболее эффективен реэкспорт товарных групп из ряда стран Ближнего Востока**?
- Как **правильно зайти через страны GCC** в страны восточного побережья Африки? Каковы **наиболее востребованные рынки оптовой торговли на Ближнем Востоке**, куда приезжают закупщики из Африки и где формируют сборные контейнеры прямо на месте? Каковы цивилизованные пути, при которых существует гарантия получения денег?
- Почему целый ряд мировых компаний считает самыми интересными странами *Нигерию, Гану, Замбию, Кению, Уганду, ЮАР, Ботсвану*? Какие рынки Африки называются «**бездонные бочки**» (население >200 млн человек)?
- **Почему ритейл Африки контролируют ливанцы, арабы и индусы**? Кто, в основном, крупные импортёры?
- Каким образом обеспечить оперативное решение логистических проблем с африканским закупщиком?
- Нужно ли платить «за вход на ритейл полку» африканскому ритейлеру – фактор **ключевой цены (на примере кейсов)**?
- Почему малейший **признак раздражения или нетерпения, любое агрессивное высказывание мгновенно может перечеркнуть** месяца построения продаж на африканском континенте?

- Почему в стоимостном выражении потребление приоритетных категорий продукции **делятся 50\50 между современными и традиционными каналами продаж** (*ShopRite и Checkers (4 тыс. магазинов), Pick n Pay, SPAR, Spatz Store*)?
- Почему африканский потребитель предпочитает **большие упаковки**? Как создать **ощущение «выгодной покупки»**?
- Почему обоснованно продавать **«на развес»**, без упаковки (цены на полках соответствуют ценам в России ($\pm 10-15\%$)?)
- Как получить в Африке **большой заказ и правильно ли начинать с «маленьких шагов»**? Тестирование надежности и терпения российского экспортера как **гарантия долгосрочного партнерства**. Каковы особенности импортеров?
- Как преодолевать **дефицит навыков ваших агентов при продвижении товарной группы**? Почему не стоит ожидать от африканского покупателя **подробного технического задания, спецификации или правильно заполненной анкеты**?
- Почему не оправдано пытаться выйти на конечного потребителя **только самостоятельно**?
- Поиск **надежного партнера** и как **«угговорить его» представлять ИМЕННО Ваш товар на рынке**, выделив ему небольшой маркетинговый бюджет? Эффективные инструменты по определению и правильному выбору агентов?
- Почему большинство российских товаров не всегда конкурентны по цене - **лишь в случае построения собственной дистрибуции**? Приводит ли к **двойному росту стоимости товара** работа с местными импортерами или дистрибьюторами?
- Оправдан ли **поиск партнеров в каждой конкретной стране Африки, при достаточно ограниченных объемах рынка**?
- Как **правильно сформировать бюджет на продвижение** и стоит ли его **доверить локальному партнеру**?
- Как **минимизировать цену SKU** по формуле **«импортер – дистрибутор – крупный опт – мелкий опт – ритейлер»** в Африке?
- **«Работающая» фасовка, консистенция в странах Африки**: адаптированный продукт – приоритет над ценой
 - Является ли **упаковка ключевым фактором**? Как правильно в переговорах фокусироваться на **фактор цены**?
 - Важно ли чтоб на упаковке **не было «белокожих образов»**? **Иные важные особенности локального потребителя**
- Каковы **затраты на омологацию**: маркетинг «новой продукции», стимулирующие акции и мотивационные программы?
- Почему в Африке свои **требования к качеству товаров** (не обязательно наличие HAASP, ISO, но обязательно наличие внутренних сертификатов соответствия качества и безопасности продукции)?
- В каких странах товар будут обязательно **проверять на соответствие местным или международным стандартам**?
- Как **преодолеть уловку африканских импортеров**, которые стремятся настаивать на включении в контракт **общих положений о требованиях к «качеству товара в соответствии с требованиями и стандартами» их стран**? Позволит ли это обязательство (является слишком широким и фактически будет возлагать неограниченное количество требований и стандартов, о которых вы даже не подозреваете) избежать вам **штрафов**? **Практические решения на примерах**
- В каких случаях российским экспортерам следует настаивать на включении **в контракт «золотого правила» – о финальности сертификата качества, состояния и веса товара в порту отгрузки**?
- На какие формулировки в структурировании договора экспортной сделки **нельзя соглашаться**? Как правильно прописать и ограничиться упоминанием лишь **конкретных параметров качества поставляемой российской продукции, оценку которым должен будет дать сюрвейер в порту погрузки путем выдачи соответствующего сертификата**?
- Каким условиям предпочтительно отдавать (FOB, CIF, CFR)? Почему крайне взвешенно стоит подходить и соглашаться на **базисы DAP, DDP и схожие с ними**? Каковы основные риски утраты и порчи груза? **Оптимальная логистика в Африку**
- **Многоэтапная система логистики**: **товар не раз перегружается на различные транспортные средства, и упаковка должна выдерживать все перемещения** - важный фактор, недооцененный российскими экспортёрами?
- Каким образом получить **достоверную аналитику по африканским рынкам**? **«Разведка на месте или боем»**. Кейсы.
- **Транзитное время поставки из России** – алгоритмы сокращения времени и **логистических костов в ряде стран Африки**?
- Важно ли при структурировании сделок знать и **предлагать разные виды отсрочек**, объяснить условия их предоставления, иметь **под рукой примеры контрактов с аналогичными покупателями на условиях отсрочки, разбираться в экспортном страховании**? Иметь опыт общения с банками и типовой перечень условий финансирования **для экспортного кредита**? Как **правильно организовать оплату за ваш товар из стран Африки – легальные платежные решения**
- Почему в Африке преимущественно оплата происходит **по безотзывному аккредитиву**? Стоит ли склоняться к **аккредитиву, открытому в первоклассном зарубежном банке**? Работает ли локальный рынок на основе «оплата против документов»? Можно ли использовать обеспечение обязательств **покупателем банковской гарантии**?
- Нужно ли настаивать на **выдаче гарантии исполнения контракта покупателем**? Когда это стоит делать, а когда скорей воздержаться? Работают ли в Африке **отсрочки на условиях аккредитива и банковской гарантии**?
- Почему не рекомендуют соглашаться на применение к контракту поставки **национального права какой-либо из африканских стран**, а советует **инкорпорировать в контракты стандартные формы GAFT или FOSFA? ВЭД-кейсы**
- Каковы самые **опасные рынки Африки куда не стоит выходить**? **Мошеннические схемы, используемые африканцами**

Просим Вас (профильных коллег) рассмотреть возможность принять участие [в Trade Show](#) (проект Программы прилагается).

С уважением,
Лукиан Владислав
 Управляющий директор
AccEssMeeting



21th AccEssMeeting OMNICHANNEL MIDDLE EAST- PAN-AFRICA

НАШИ ПАРТНЕРЫ & КЛИЕНТЫ



STRATEGY Links
AccEssMeeting
ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY





21th AccEssMeeting OMNICHANNEL: MIDDLE EAST | MAGHREB | AFRICA DISTRIBUTION Trade Show

AccEssMeeting **DISTRIBUTORS EXPORT** Trade Shows & **Workshops** Portfolio

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



Sberbank - Ex_Im Workshop 2019



KPMG - Ex_Im Workshop 2019



ROSBANK - Investment Workshop 2017



Sberbank - Beijing Road Show 2018



VTB & VEB - Abu Dhabi Road Show 2015



Sberbank&VTB - Beijing Road Show 2016



Sberbank&VTB - Shanghai Road Show 2016



VEB & Sberbank - Dubai Road Show 2013



UNIDO GMIS - Abu Dhabi 2017



Distribution Trade Show – Moscow, 2021



Riga - Invest Road Show 2012



KPMG China - Beijing Master Class 2017



Sberbank&VEB Abu Dhabi Road Show 2012



VEB - Manama Road Show 2023



KPMG Russia - Ex_Im Workshop 2017



CCTV Asia Biz News Report – NDR



CGTN America Biz News Report–NDR



Abu Dhabi Non Deal Road Show

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