

Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Юни 2020/брой 6



СЪДЪРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ:

- СЪСТОЯНИЕТО НА ОРАНЖЕРИЙНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ ПО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЯТА.

ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:

- ЗАДЪЛЖИТЕЛНА МАРКИРОВКА НА ОБУВКИ, ЛЕКАРСТВА И ТЮТЮНЕВИ ИЗДЕЛИЯ В РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ;

- ЗАДЪЛЖИТЕЛНА МАРКИРОВКА НА ОБУВКИТЕ В РУСИЯ: ЕТАПИ, СРОКОВЕ И ОСОБЕНОСТИ;

ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА СВОБОДНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА „КАШИРА“, МОСКОВСКА ОБЛАСТ, РФ



УЧАСТИЕ НА ЦПРБ В ОНЛАЙН ФОРУМ «ОНЛАЙН ИЗЛОЖБА – ОТМ 2020: RESTART» ОРГАНИЗИРАН ОТ АНТОР И МЕДИЕН ХОЛДИНГ PROF1.TRAVEL

На 15.06.2020 г. се проведе онлайн форум за предприятия от сферата на международния туризъм, членуващи в международната асоциация АНТОР, организиран със съдействието на Медиен холдинг Profi.Travel.

Онлайн форумът тържествено се откри с Международна онлайн изложба «ONLINE TRAVEL MART 2020: RESTART», която ще продължи до 2 юли 2020 г., като всеки ден на онлайн изложбата ще се провеждат целодневни онлайн форуми с определена глобална тема, свързана с туристическия отрасъл. Паралелно с глобалните въпроси, които вълнуват всички участници в изложбата и планираните онлайн форуми, представители на различни национални туристически асоциации и агенции ще представят текущата ситуация с туристическия пазар в своите държави.

През първия ден на онлайн изложбата, в онлайн форума участваха около 1000 представители на туристическия бранш от държавни представителства по туризма, от независими асоциации и агенции, както и туроператорски компании.

Представителите на страните, членуващи в АНТОР разказаха как асоциацията изгражда своята работа в новата туристическа реалност, какъв ще бъде туристическият сезон на 2020 г. и как курортите и държавите се подготвят за това.

Бяха дискутирани перспективите на руския пазар за външен туризъм: как ще се промени туриста.

Участниците стигнаха до единно мнение в прогнозата, че както пандемията с наложената социална дистанция, така и нейните икономически последици ще окажат значително влияние върху поведението на туристите. Вероятно тази година ще има значително намаление на по-

възрастните туристи; туристическите пътувания, като цяло ще са по-кратки и по-икономични; ще се регистрира изместване на търсенето от лятото към есента и зимата и от групови турове към екскурзии за индивидуални туристи. Очакванията на експертите в туризма са, че най-вероятно всички тези промени ще останат за дълго време.

Представителите на националните туристически офиси обсъдиха също - как се променят нуждите и потребителското поведение на туристите и какви нови туристически продукти и места могат да им бъдат предложени, какво е търсенето на туристически дестинации и какви фактори трябва да се вземат предвид от туристическите агенти.

Лектори на първия онлайн форум бяха 10 от ръководителите на държавни представителства и национални агенции по туризъм, като особено ярко беше представянето на България от страна на г-жа Катя Жекова – първи секретар и аташе по туризма в Посолството на Република България в Руската федерация. Г-жа Катя Жекова акцентира на факта, че България трябва да се разглежда като целогодишна туристическа дестинация, а не само като летен (морски) и зимен (ски) туризъм. Тя напомни на участниците във форума, че България е с недооценен потенциал от туроператорите в направленията на историко-археологичния туризъм, селския туризъм, дегустационните турове по малките винарски изби, духовно – църковния поклоннически туризъм и разбира се СПА-туризма, който България развива като страна с много минерални лечебни извори след Исландия.



УЧАСТИЕ НА ЦПРБ В ДВУДНЕВНА ИНОВАЦИОННА КОНФЕРЕНЦИЯ В ОНЛАЙН ФОРМАТ «FINTECH&BANKING» С ОРГАНИЗАТОР SMARTGOPRO

На 25 и 26 юни 2020 г. от 10.00 до 17.00 часа се проведе онлайн конференция за финансови организации, банки и високотехнологични предприятия, създаващи продукти и услуги за финансовия сектор.

Събитието беше посветено на изучаване на най-новите тенденции и най-перспективните технологии за развитие на финансовите услуги и дигитално банкиране в условията на бързо променяща се пазарна среда. Програмата на мероприятиято се фокусира върху най-новите постижения в областта на финтех услугите и цифровите клиентски услуги, изграждането на финансови екосистеми, модерни платформи, интеграция, безопасен обмен на данни, софтуерни решения за open banking (отворено банкиране), базирани на отворен API, използването на изкуствен интелект за подобряване на клиентските услуги и софтуера за клиентите, както и интегрирано осигуряване на безопасна среда и пълноценни системи за борба с измамите.

Ключови теми в програмата за презентации и дискусии на онлайн конференцията бяха:

- Предизвикателства и ограничения на дигиталната среда;
- Нови технологични решения и иновации за финансовите организации;
- Fintech услуги;
- Цифрови услуги за клиенти;
- Решения за подобряване на ориентирането в клиентския софтуер;
- IoT (интернет на нещата) в банките;
- Големи данни (Big Data) и анализ на данни (Data Analytics);
- AI (изкуствен интелект) и ML (машинно обучение) във финансовия сектор;
- Банкови екосистеми;
- Софтуерни решения за open banking (отворено банкиране), базирани на отворен API;
- Платформени решения и интеграция;
- Безопасен обмен на данни;

- Киберсигурност и противодействие на анти-фрод (мошеничество).

Партньори на онлайн-конференцията, чийто представители направиха презентации и участваха в тематичните дискусии, бяха компаниите: ДИАСОФТ, БАНК АК БАРС, БАНК ХОУМ КРЕДИТ, СБЕРБАНК, МЕГАФОН, НЕОФЛЕКС, БАНК ТИНКОФ, РОСТЕЛЕКОМ, ХЕДПОЙНТ, ИНУАН, СЪРЧИНФОРМ, ЕСЕТ, БАНК ЮНИСТРИЙМ, СИСТЕМА ТЕЗИС, ИНФОБИП, РОБИН, ИННОПОЛИС и КВИНТ.

В тематичните дискусии и презентациите участваха топ експерти, които са управлявали разработването, внедряването и интегрирането на иновационните финансови и банкови софтуерни продукти, цифрови платформи и други дигитални решения.

В хода на двудневната онлайн конференция, презентациите и дискусиите потвърдиха, че в резултат на социалното дистанциране, разпространено в целия свят, се наблюдава огромно увеличение на използването на цифрови финансови услуги и електронна търговия. Ключови драйвери на технологиите като IoT, AI, Blockchain, автоматизация на автоматизираните процеси, усъвършенствания анализ и интелигентни договори, допринасят за развитието на финансовите услуги от ново поколение.

„Традиционният“ бизнес модел на банките се променя драстично благодарение на новите и иновативни технологии и навлизането на пазара на дигитален бизнес, по-подходящ за посрещане на нарастващите очаквания на клиентите.

Лидерите на финансовия сектор изграждат нови цифрови екосистеми, които ще позволят предоставянето на услуги от следващо поколение, печелещи в бързина, разходи и по-голяма степен на съответствие с очакванията и опита на потребителите.



ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ



ЗАДЪЛЖИТЕЛНА МАРКИРОВКА НА ОБУВКИ, ЛЕКАРСТВА И ТЮТЮНЕВИ ИЗДЕЛИЯ В РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ

Федералната митническа служба на Русия информира, че от 1 юли 2020 г. в Русия се въведе задължителна маркировка на лекарствата, обувките и тютюневите изделия, чрез средства за идентификация (в съответствие с решенията на правителството на Руската федерация (съответно от 14 декември 2018 г. № 1556, от 5 юли 2019 г. № 860, от 28 февруари 2019 г. № 224).

Информацията за кодовете за идентификация на стоките, както и кодовете за идентификация на групови и транспортни опаковки на стоки, подлежащи на маркиране и поставени под митническия режим за освобождаване за вътрешно потребление или реимпорт, се вписват в 31-а графа на декларацията под номер 13 (Решение на Комисията на Митническия съюз от 20.05. 2010 № 257).

След въвеждането на задължителното маркиране на определени категории стоки, отсъствието на необходимата информация в графа 31 на декларацията се явява нарушение на процедурата за попълване на декларацията и основание за отказ за регистрация (п.п. 4, п. 5 от член 111 от Митническия кодекс на Евразийския икономически съюз).

Освен това, Федералната митническа служба на Русия информира, че в съответствие със Споразумението за маркировка на стоките с идентификационни средства в Евразийския икономически съюз (сключено в Алмати на 2 февруари 2018 г.), стоките се маркират преди да бъдат поставени под митнически процедури за освобождаване за вътрешен пазар или реимпорт.

Средствата за идентификация се прилагат към чуждестранните стоки, подлежащи на маркиране (произведени извън територията на Евразийския икономически съюз) или на територията на Русия - чрез поставяне на стоките под митнически режим на митнически склад. Ако на територията на Русия влизат немаркирани стоки, то те трябва да се поставят под митнически режим на митнически склад, за да им се нанесат идентификационни кодове. За това на първия етап е необходимо да се декларира процедура за митнически транзит, а след пристигане на стоката на митнически склад, да се постави под митнически режим на митнически склад.

Законността на стоките може да се провери с помощта на приложението „Честен знак“, което до този момент вече е изтеглено от 800 хиляди потребители. Информацията за движението на маркираните стоки на всички етапи ще се предава в системата за държавно информационно маркиране.

Повече от 230 хиляди участници вече са регистрирани в системата за маркиране, проверени са около 7 милиона стоки. В случай, че бъдат открити незаконни стоки, всеки човек директно от своя смартфон може да съобщи за това в системата. Информацията за фалшификация ще бъде получена във всички заинтересовани надзорни служби.

От 1 октомври 2020 г. в Руската федерация маркировката ще стане задължителна за фотографски стоки и парфюмерия.

<http://customs.gov.ru/>



ЗАДЪЛЖИТЕЛНА МАРКИРОВКА НА ОБУВКИТЕ В РУСИЯ: ЕТАПИ, СРОКОВЕ И ОСОБЕНОСТИ

От 1 юли 2020 г. в Руската федерация е разрешено да се продават само обувки с цифрова маркировка. За нарушенията се предвиждат глоби, така че за вносителите, представителите на търговията на едро или дребно е важно да имат време да се адаптират към новите условия.

Въведение.

На 1 юли 2019 г. влезе в сила Указ на правителството на Руската федерация от 05.07.2019 г. № 860, който задължава производителите на обувки да маркират стоката си и точно след една година беше въведена забрана, не само за производството, но и за продажбите и вноса на немаркирани обувки.

Маркирането е условен знак, който дава информация за характеристиките на продукта. Купувачът има достъп до цялата необходима информация за продукта и неговият производител. Маркиращият код трябва да бъде приложен от производителя или вносителя на продукта, а информацията за него е включена в системата за маркиране на обувките.

За маркирането се използва код DataMatrix. В него е криптирана информацията за продукта и специален защитен код, който служи за проверка на автентичността. DataMatrix може да бъде разпознат чрез 2D баркодове.

Етапи и срокове за маркиране на обувките.

Определени са следните срокове за маркиране на обувките:

- От 01.07.19 до 01.10.19 г. - регистрация в системата за маркиране; кандидатстване за устройство, което изпраща заявки до емисионния сървър на ГИС (Географска информационна система) и предава генерираните кодове (регистратор). Също така през този период е необходимо да започне маркиране на остатъците, като се използва опростена схема.
- От 01.10.19 до 01.07.20 г. се издават регистратори на емисиите; завършва

маркирането на обувки, които не са влезли в оборот остатъци; включване на оборудването, което чете кодовете; конфигуриране на онлайн каса; подготовка за използване на необходимия софтуер. Всички процеси трябва да се извършват чрез електронно управление на документи (ЕДО).

- До 01.07.20 г. всички производствени процеси трябва да бъдат организирани по такъв начин, че да се произвеждат само продукти с маркировки, тъй като немаркираните обувки вече ще бъдат забранени за продажба, съхранение и транспортиране.
- Остатъците от обувки, въведени в обръщение от производителите и непродадени от продавачите преди 01.07.20 г., могат да бъдат маркирани до 01.09.20 г. За тази цел на продавачите ще е нужен документ, потвърждаващ факта на покупката преди 1 юли.
- До 1.08.20 г. трябва да се извърши задължително маркиране на обувки, закупени преди 01.07.20 и внесени след тази дата.

Законодателството на РФ за маркиране на обувките.

Системата за маркиране на обувки се регулира от:

1. Роспотребнадзор и Министерството на промишлеността и търговията - органи, които контролират оборота на маркирани продукти.

2. Нормативни правни актове:

- Заповед на правителството на Руската федерация от 28 април 2018 г. № 792-р „За одобряване на списъка на отделни стоки, подлежащи на задължително маркиране чрез идентификация“; Заповед на правителството на Руската федерация № 620 от 3 април 2019 г.
- Федерален закон № 488 за внесени промени във Федералния закон № 381 „За основите на държавното регулиране на търговската дейност в Руската федерация“ и п.4.4 и 4.5 във Федералния закон № 54 „За прилагането на ККТ (контролно-касова техника) при изчисленията в Руската федерация“.
- Правителствено решение № 860 „За утвърждаване на правилата за маркиране на обувките чрез идентификационни средства и особеностите на прилагането на държавната информационна система за мониторинг на оборота на стоки, подлежащи на задължително маркиране чрез идентификационни средства за обувки“.

Глоби.

От 1 юли 2020 г. се предвиждат глоби за продажба, съхранение, транспортиране или покупка с цел продажба на немаркирани обувки в размер (част 3 на член 15.12 от Административния кодекс на Руската федерация):

- от 2 до 4 хиляди рубли - за физически лица;
- от 5 до 10 хиляди рубли - за длъжностни лица;
- от 50 до 300 хиляди рубли - за юридически лица.

При установяване на нарушения, стоките се конфискуват.

Член 171.1 от Наказателния кодекс предоставя на разследващата комисия правото да образува дело за мащабни незаконни продажби в размер на повече от 1,5 милиона рубли. В някои случаи са възможни и наказателни санкции до 3 години затвор или принудителен труд.

Как работи системата за маркиране.

- Производителят или вносителят изпраща заявка за генериране на кодове в ЦРПТ (Центр развития перспективных технологий). Всеки код струва 50 копейки без ДДС и се закупува от ЦРПТ.
- Генерира се код и се изпраща на производителя или вносителя. Цялата криптирана информация в този код се предава през защитена връзка, използвайки

криптографски метод.

- Кодът DataMatrix се нанася на продукта. Той може да се постави както върху опаковката или етикета, така и директно върху обувката.
- Обувките, произведени в Русия, трябва да бъдат маркирани в производството. Ако са произведени в чужбина, е необходимо да се маркират преди да бъдат внесени на територията на Русия.
- Производителят може да продаде стоката на едро с електронен УПД (универсален документ за прехвърляне).
- Търговецът на едро, от своя страна, продава стоката в магазини на дребно, използвайки същия документ. Ако входящите УПД са безплатни, то за да се изпратят ще трябва да се закупи специален пакет документи. Също е необходимо да се включи електронно управление на документи (ЕДО).
- Има нюанси в работата със системата за маркиране на обувки в търговията на дребно. Когато стоките пристигнат в магазина за търговия на дребно, това се фиксира в системата УПД в момента на приемането. Продажбата на стоките се извършва чрез онлайн касата с прехвърляне на данни чрез ОФД (оператор на фискални данни). Предварително трябва касата да се подготви така, че да добавя маркировъчния код в чека. Дали касата поддържа връзка със системата за маркиране, може да се намери на официалния уебсайт на СБИС (мрежа за бизнес комуникации и електронна обмяна на документи).
- Импортирането, продажбата, транспортирането и отписването на стоките с внесен код на DataMatrix се сканира и цялата информация за продукта се прехвърля в базата данни.
- Купувачът може да получи всички данни за продукта и неговият производител преди да я купи, като сканира кода чрез мобилното приложение.
- Възможността за повторно използване на код е изключена. Процесът на маркиране на обувки през 2020 г. гарантира окончателното оттегляне от обръщение след продаване на стоката. Изключение правят случаите на връщане на стоката.

Подробна информация за прилагането на новата система може да бъде намерена в специално разработени методически рекомендации. Този документ съдържа инструкции за нанасяне на инструментите за идентификация и описва принципа на задължителното маркиране.

Кои обувки трябва да се маркират.

Със заповед на правителството на Руската федерация № 792 от 28 април 2018 г. се определя списък на кодовете на продуктите, които трябва да бъдат маркирани.

Код ОКПД 2	ВИД ОБУВКИ
15.20.11	Изработени от водоустойчиви материали, с подметка и горна част изработени от гума или пластмаса, без защитна метална пластинка на пръстите.
20.20.12	Изработени от пластмаса или гума подметка и горна част, с изключение на спортни и водоустойчиви обувки.
15.20.13	Кожени, с изключение на спортни, специални, както и модели с метална защита на пръстите.
20.20.14	С текстилна горна част (не спортни).
15.20.21	Модели за спорт: тенис, баскетбол, гимнастика и др.
15.20.29	Други спортни обувки, с изключение на ски обувки и обувки с кънки за лед.
15.20.31	Със защитна пластинка, изработена от метал.
15.20.32	От дърво, специализирана и други, които не принадлежат към никоя от горните групи.
30.30.12	За ски спорт.

Кои обувки не подлежат на маркиране.

Според решение на правителството № 860 от 5 юли 2019 г. не се маркират следните обувки:

- изключени от оборот на пазара или конфискувани;
- използвани като изложбени образци;
- произведени за директен износ или продажба в Duty free;
- намиращи се на временно съхранение;
- предназначени за вътрешно използване.

Ще се повишат ли цените на обувките поради маркирането?

Цената на обувките неизбежно ще се увеличи, тъй като ще включва разходите за въвеждане на идентификатори. Компаниите ще трябва да променят бизнес процесите, да внедряват оборудване, да обучават служители, да интегрират нов софтуер. Всичко това изисква разходи така, че в началния етап цените на обувките ще се увеличават.

В същото време, благодарение на новата система, производителят ще може по-качествено да следи продажбите и по-ефективно да оптимизира бизнеса, което впоследствие ще доведе до по-ниски разходи. На пазара ще има по-малко фалшификати, законните производители ще увеличат пазарния си дял и съответно обемите на производство.

В бъдеще маркирането на обувките, както за пазара на дребно, така и за потребителите няма да доведе до големи допълнителни разходи.

Задължителното маркиране на обувките въведено през 2020 г. ще реши проблема с незаконното производство, укриването на данъци и мита, конкуренцията ще бъде честна и прозрачна. Потребителят винаги ще може да се увери, че качеството на покупката съответства на заявената. След като потребителят сканира кода, ще му бъде лесно да разбере от кого, кога и къде се е произвела стоката, какви са нейните характеристики и особености.

<https://www.retail.ru/>

Маркетингови проучвания на руския пазар



СЪСТОЯНИЕТО НА ОРАНЖЕРИЙНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ ПО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЯТА

Приходите на 96% от най-големите оранжерийни предприятия, членове на Асоциацията „Оранжерии на Русия“, паднаха по време на пандемията с 25% и повече. Това се посочва в проучване за въздействието на пандемията върху оранжерийната промишленост, което Асоциацията проведе през юни.

Като цяло, възникналата ситуация поради пандемията се отрази негативно върху дейностите на всички оранжерийни комбинати в Русия, без изключение. През юни Асоциацията проведе проучване за влиянието на COVID-19 върху оранжерийната индустрия. Проучването показва, че почти всички комбинати (96%) регистрират спад в приходите с над 25% през пролетните месеци на тази година. Някои от анкетиранията съобщават, че загубата на приходи е достигнала повече от 50%. Това е проблемът, който е най-притеснителен за представителите на

индустрията.

Според представители на оранжерийните предприятия, основната причина за настоящите проблеми в бранша е липсата на допълнителна държавна подкрепа (67%). Недоброкачественото ценообразуване на продукцията в търговските вериги също се отразява негативно (17%).

Представителите на оранжерийните комбинати отбелязаха като основна причина липсата на допълнителна държавна подкрепа за отрасъла. Това със сигурност се отразява на резултатите от работата на комбинатите в условията на държавни ограничителни мерки по време на епидемията. Също негативно отражение оказва ограничаването на работата на хипермаркетите и монополното положение на веригите, които през април се опитаха да диктуват ниски изкупни цени. Благодарение на преговорите, до средата на май асоциацията успя да възстанови статуквото в отношенията с търговските вериги, но за съжаление, пролетните месеци бяха изгубени за предприятията.

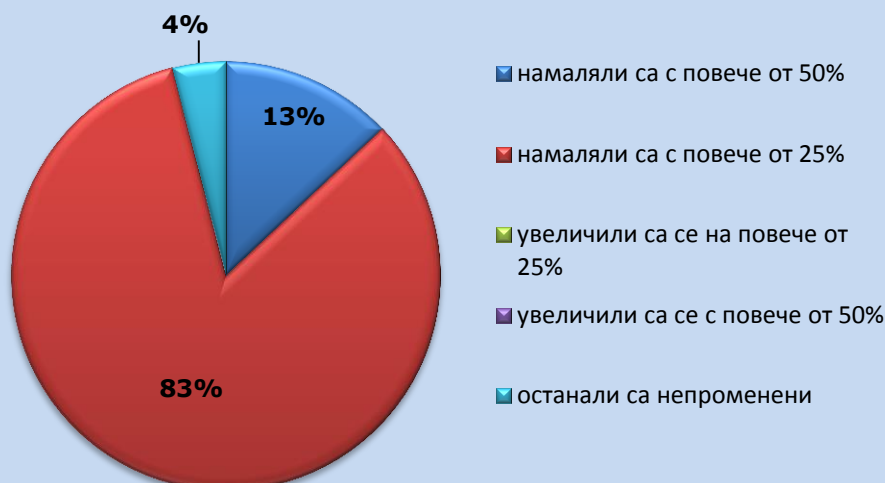
90% от представителите на оранжерийните предприятия отбелязват спад в търсенето на зеленчукови продукти. Причина за това е намалената покупателна способност на населението. На продажбите повлия увеличеното търсене на основни продукти, в резултат на което населението ограничи покупките на оранжерийни зеленчуци. Следователно продажните цени през април и май бяха значително по-ниски от миналата година.

52% от анкетираните посочват, че основният проблем на отрасъла е повишаването на тарифите за електроенергия. Според експертите в бранша, компенсацията на 50% от цената за електроенергия и газ, може да помогне на ситуацията.

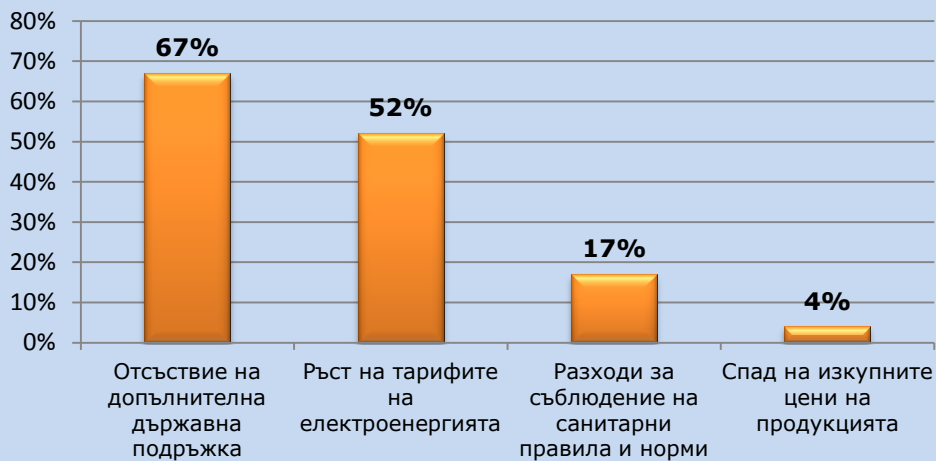
На първо място, намаляването на приходите оказва значително влияние на разплащането с доставчиците на енергоносители. Освен това, оранжерии не могат да спрат или да намалят обемите на производство, както и да намалят количеството на консумираната енергия. В селското стопанство, оранжерийните комбинати са най-енергоемките предприятия. Допълнителни помощи от страна на държавата по този въпрос са необходими.

Асоциацията отбелязва също, че в момента представителите на оранжерийният сектор не могат да прогнозираят ръст на приходите. Повече от 62% от анкетираните поставят като приоритетна задача да минимизират загубите в производството.

Как се променят приходите на предприятията по време на пандемията.



Основните проблеми на оранжерийният сектор по време на пандемията.



Асоциацията „Оранжерии на Русия“ е сдружение с нестопанска цел на оранжерийните стопанства и предприятия от свързани индустрии. Асоциацията включва 242 предприятия, включително 127 оранжерийни ферми. Основните дейности на Асоциацията са: представяне и защита на интересите на оранжерийните предприятия в държавните органи и ведомства на Руската федерация, изучаване и прилагане на постиженията на научно-техническия прогрес в оранжерийните предприятия; международно сътрудничество в областта на защитената почва.

<https://www.agroxxi.ru/>



ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА СВОБОДНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА „УЛЯНОВСК“, РФ

СВОБОДНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА промишлено-производствен тип „Кашира“ в Московска област (ОЭЗ ПТ „Кашира“)

Свободната икономическа зона от промишлено-производствен тип „Кашира“ е създадена през 2019 г. на територията на Московска област със срок на действие 2069 г.



Дейността на СИЗ осигуряват:

А.Ю.Воробьев, Губернатор на Московска област;
Д.А.Зубов, Генерален директор на ООО „УК Кашира-Парк“

Инфраструктура:

ВИД РЕСУРСИ	РЕЗЕРВ НА СИЗ
ЕЛЕКТРОЕНЕРГИЯ	220 мВт
ВОДОСНАБДЯВАНЕ	12 700 м ³ /денонощие
КАНАЛИЗАЦИЯ	11 000 м ³ /денонощие
ГАЗОСНАБДЯВАНЕ	8 775 мил.м ³ /час

Данъчни и митнически облекчения за инвеститорите:

ДАНЪК	В РУСИЯ	В СИЗ
ПЕЧАЛБА	20%	2% в течение на 8 г. от получаване на статуса резидент.
ИМУЩЕСТВО	2,2%	0% в течение на 10 год. от момента на регистрация на собствеността.
ЗЕМЯ	1,5%	0% в течение на 5 год. от момента на регистрация на правата за собственост.
ТРАНСПОРТ	1-200 руб/к.с.	0 руб/к.с. в течение на 5 год. от момента на регистрация на ТС.
РЕЖИМ НА СИЗ: освобождаване от мита и ДДС		

Информация за резидентите:

Ориентирани на енергоемки отрасли 2-4 клас на опасност.

Парцели и помещения под наем:

ПАРЦЕЛИ	СИЗ
Обща площ, га	492
Свободни площи, га	300
Наем, руб/га/год	4 456

Изкупуване на участъци земя: ОЭЗ ППТ „Кашира“ е частна обособена икономическа зона, реализирана по инициатива на частни инвеститори. Готови са да разглеждат индивидуални схеми за финансиране на проекти.

Минимални капиталови вложения:

Изисквания за минимални капиталови вложения към резидентите на СИЗ:

- за резидентите на промишлено-производствената зона „Кашира“ – 120 млн руб.
- капиталови вложения в течение на три години от деня на сключване на споразумението – 40 мил руб.

Контактни данни:

Адрес: 119435, Россия,
г. Москва, ул. Малая Пироговская, 18с1
Т: +7 (495) 620-63-45
E-mail: dv@parkkashira.ru
Официален сайт: www.oezkashira.ru