

Ежемесечен бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Февруари 2014г./брой 1



Предстоящи събития

- 12 – 14 март – Петербургски технически панаир, г.Санкт-Петербург
- 14 – 15 март – „Салон за недвижими имоти България“, г.Москва
- 15 – 18 март – Изложение „Интурмаркет (ITM) 2014“, г.Москва
- 17 – 20 март – „Световен конгрес на предприемачеството“, г.Москва
- 19 – 22 март – Изложение „Пътешествие и туризъм/МИТТ“, г. Москва
- 26 – 27 март – Изложение „Собствена търговска марка/IPLS“, г.Москва

„Ден на България“

На 11 февруари 2014г. в ЕкспоЦентър Москва, в рамките на изложението „ПРОДЕКСПО“, се проведе **„Ден на България**,



който участие взеха повече от 20 български фирми. Събитието беше организирано от Посолството на Република България в Москва, със съдействието на Службата по търговско-икономически въпроси в Москва, Центъра на промишлеността на България в Москва и Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия.

„Ден на България“ беше открит от посланика на Република България в Руската Федерация Бойко Коцев. В течение на деня се проведоха три събития: Семинар на тема „Лицензиране на продукти от хранително-вкусовата промишленост, с цел реализация на руския пазар“, Презентация на българското вино и винопроизводители и Презентация на българските представители на хранително-вкусова промишленост. По време на събитието посетителите имаха възможността да пробват български вина и хранителни продукти.

„ПРОДЕКСПО-2014“

В периода 10-14 февруари в г.Москва се проведе най-голямото изложение на хранително-вкусовата промишленост в Русия и Източна Европа – „ПРОДЕКСПО“. България все участие в изложението с национален щанд, организиран от Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия. 24 български фирми взеха участие в националния щанд, а Винарската камара „Тракия“ и Асоциацията на млекопреработвателите в България участват в изложението със самостоятелен щанд. Присъствие на изложението имаха и няколко други представители на български продукти – „Агротекс“, „Булгарконсерв-Рупите“, „Олинеза“ и „Пул Си Ди“.

„СРМ. Премиера на модата в Москва. Пролет-2014.“

В периода 25-28 февруари в г.Москва се проведе 22-рото международно изложение „СРМ.Премиера на модата в Москва – Есен 2014“. България взе участие в събитието с национален щанд, организиран от Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия. 7 български фирми представиха продуктите си на престижното изложение.

1. Бързо-бързо-бързо. Обзор на руския пазар на снекове.

Темпото на живот на съвременното общество способства за популяризирането на продукти за бързо хранене, което прави този сегмент един от най-перспективните на пазара. Руският пазар е разделен на 2 части: сладки и солени снекове. Солените снекове може да са чипс, семки, ядки, сухари, морски продукти, пушени меса и сирена и др, а сладки са царевичната, пуканките, бисквитите, вафлите, мармаладът и др.

През 2013г. лидер на пазара са чипсовете, но в следващите 3 години се очаква ръст в търсенето на сухи плодове и ядки. През 2012г. експерти са оценили размера на пазара на чипс на 75 хил. тона и се очаква до 2015г. да достигне до 106 хил. тона. Пазарът на чипс винаги е бил доминиран от международни компании. Основните производители на чипс са Mondelez International, PepsiCo, „КДВ Групп“ и „Русский продукт“, които произвеждат около 70% от продуктите на пазара. Най-популярен е чипсът с вкус на сирене, той е предпочитан от 36% от потребителите.

На второ място по потребление на руския пазар на солени снекове са рибните хапки, които заемат 23% от пазара и на трето са сухарите с 16%. През 2012г. обемът на базара на сухари е 39 хил. тона, като се прогнозира да достигне до 44 хил. тона до края на 2015г. Трябва да се отбележи, че 65% от продуктите от този сегмент се произвеждат от една компания – „КДВ Групп“.

В категорията рибни снекове влизат калмари, скариди, части от големи риби и др. През последните 4 години обемът на този сегмент се е увеличил с 10%, но руските производители не могат да удовлетворят нужди на пазара и за това през последните години рибата за производството на снековете се внася от източна Азия.

Категорията на месни снекове е една от най-новите, но също така и една от най-перспективните. Тези снекове са алтернатива на чипса и сухарите и се консумират като добавка към бира, по време на работа, къщи и др.

В резултат на тенденцията за водене на по-здравословен живот по-популярни стават и натуралните снекове, например сушени плодове и ядки. Очаква се този пазар да расте с много бързи темпове. Основните вносители на различните видове ядки са Китай, Индия, Иран, САЩ, Украйна, Узбекистан и Грузия.

Важно е да се знае, че потреблението на руския базар на снекове се влияе силно от сезоните. Тъй като тези снекове често са в добавка към консумирането на

Рисунок 3. СТРУКТУРА РЫНКА СНЕКОВ в 2012 году в натуральном выражении, %



Источник: Euromonitor International

Рисунок 5. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВКУСАМ ЧИПСОВ, % от числа опрошенных



Источник: FDF Group

бира и ниско-алкохолни напитки, в топлите сезони консумацията на тези напитки спада и следователно тази на снековете. Въпреки сезонната зависимост на този пазар, той се развива с много бързи темпове като през 2012г. е отбелязал 8% ръст в сравнение с 2011г.

Като цяло руският пазар е доста наситен, но има възможности за навлизане в пазара на нови компании. Най-малко наситен е Сибирският регион, поради сложната и скъпа логистика в региона. Потенциал има сегментът на ядки и сухи плодове, тъй като той тепърва ще почва да се развива в синхрон с по-здравословен начин на живот на руснаците.

Източник: Russian Food&Drinks Magazine, 1/2014

2. Не можеш да забраниш сладкото. Обзор на руския пазар на тестени сладкарски изделия.

Руският пазар на сладкарски изделия е един от най-големите в света. Около половината от този пазар се заема от тестените сладкарски изделия. В рамките на този текст под такива изделия ще се подразбират: бисквити, вафли, кифли, рулца, торти, пирожки и източни тестени изделия.

Съвременният пазар за тестени сладкарски изделия е до висока степен наситен. През 2010г. производството на такива продукти е в размер 1,43 милиона тона, като през 2011г. се отбелязва 1,6% спад, а през 2013г. производството достига до 1,53 милиона тона. Наблюдава се тенденцията търсенето на захарните сладкарски изделия да се увеличава, за сметка на дела на тестените изделия, следователно ще се наблюдава снижение в темпа на ръст на сегмента.

Практически в момента всички продукти на пазара се произвежда от руски производители. Тяхната продукция е добре позната и популярна сред руските потребители. Чуждестранните компании обикновено проникват на руския пазар на тестени сладкарски изделия, купувайки акции и производствени предприятия на руски компании (напр. „Большевик“).

След встъпването на Русия в СТО и откриването на митническите граници за момента не се наблюдава увеличен приток на внесени стоки на пазара на тестени сладкарски изделия. Ефектът, който специалистите очакват, след влизането във ВТО, е ръст в обема на пазара с 7-10%. Нужно е да се отбележи, че в следващите 2-3 години се очаква ръст на производството около 1-2%, а в годините след това ще намалее до 0,5%.

Основни тенденции на пазара на тестени сладкарски изделия

В последните години има ръст в търсенето на по-скъпи продукти. Потребителите са готови да заплатят по-висока цена, за да получат продукти с по-високо качество и етично опаковани. Следователно много от продуктите претърпяват промени в рецептите и опаковките.

Втората тенденция на пазара е разширяването на продуктовете линии. Високата конкуренция на този пазар кара производителите на развиват асортимента си и да създават нови линии и продукти, за да се отличават от конкурентите си.



Третата вълна е свързана с популяризирането на здравословния живот. На производителите се налага да използват различни хранителни съставки, способстващи за подобряване на здравето. На пазара са се появили по-ниско калорийни „компромисни“ варианти на класическите сладкиши, например торти от извара или кисело мляко. В отговор на тази тенденция, производителите на бисквити включват в състава на продуктите си стафида, бадеми, витамини и различни микроелементи.

Както беше отбелязано по-рано в статията, пазарът на тестени сладкарски изделия в момента е наситен и се очаква да отбележи спад в ръста си. Трябва да се вземе и в предвид икономическата ситуация в Русия, тъй като в момента темпът на ръст на руската икономика значително намалява, което неимоверно ще се отрази на руския пазар.

Източник: Russian Food&Drinks Magazine, 1/2014

3. В подкрепа на вътрешното производство на замразени зеленчуци. Обзор на руския пазар на замразени зеленчуци.

В сравнение с 2007 година, производството на замразени зеленчуци се е повишило с 2,3 пъти. През 2013г. на пазара са пуснати над 43 хиляди тона продукция.

Производството на замразени зеленчуци в Русия има силна сезонна зависимост. То зависи както от доставките на суровини, така и от търсенето в магазините. Най-високо е потреблението в периода ноември-май месец.

През 2013г. 81% от руския пазар на замразени зеленчуци е осигурен от внос от чужбина. Динамиката на обема на пазара е силно зависима от вноса на продукти. В случай на съкращение на внесените обеми, домашното производство не може да покрие търсенето на продукти.

Най-големите вносители на суровина, варени или обработени на пара зеленчуци са Полша, Китай, Украйна, Холандия и Белгия. Като през 2012г. 62% от целия внос е дошъл от един вносител – Полша.

Лидери на руския пазар на замразени зеленчуци са ТМ Hortex, полска компания, и „4 сезона“. „4 сезона“ произвежда замразени плодове и зеленчуци, гъби, смесени пакети и готови ястия. Основните пазари за тази марка са Русия, Украйна и Казахстан. Други големи руски компании на пазара са Vitamin, „Айстек“, „Брест“, „Волгоградская ягода“, „Зеленая грядка“. ЕСТЬ идея“ и други. От чуждестранните фирми присъствие имат Ardo, Bonduelle, Frosta и Iglo.

Отчитайки, че внесената продукция на пазара намалява, руските производители имат възможността на увеличат своя дял на пазар на замразени зеленчуци. Проблемът е, че руските производители са силно зависими от Полша и от Китай, тъй като те внасят суровината за производство.

Източник: Russian Food&Drinks Magazine, 1/2014



4. Чакат ни кратки срокове. Обзор на руския пазар на натурални и фермерски млечни продукти

В света се наблюдава растящо потребителско търсене на натурална фермерска продукция. Обемът на руския пазар на такива продукти е 150 милиона щатски долара, като търсенето на такива продукти е в големи градове като Москва, Санкт-Петербург и градовете с над 1 милион жители. За разлика от развитите страни, в Русия понятията „еко“, „натурална“, „фермерска“, органична“ продукция са в процес на формиране и за това в момента се използват като синоними.

Основни компании на пазара и канали за реализация

От много време пазарите за хранителни продукти са мястото, където потребителят може да си купи свежо мляко, извара, кисело мляко и други млечни продукти. В последно време в големите вериги магазини са започнали да се появяват отдели специално за фермерска продукция. Вериги магазини, които продават такава продукция са „Азбука Вкуса“, „Глобус-Гурме“ в Москва и „Лэнд-24“ в Петербург. Продуктите често идват от следните фирми: ТМ „Наша ферма“, „Молочная здравнижа“, „Полезные продукты“ и други.

Активно се развиват и специализирани вериги магазини, които предлагат млечни продукти с кратък срок на годност (до 5 дена). Пример за такава верига е „Избенка“. „Избенка“ е посредник между купателя и регионалните заводи, които продават продукцията си под собствена марка. Темпът на ръст на компанията е впечатляващ. През 2009 компанията притежава 5 магазина, а през 2012г. те вече са 130 на брой. През 2012 година, собствениците на „Избенка“ откриват и четири други магазина под името „ВкусВилл“, където се продават не само млечни продукти, но и хляб, месо, сокове и зеленчуци.

По пример на „Избенка“ се открива и веригата „Подворье“, която е собственост на Сухиничския агропромишлен комбинат в Калужска област. Първият магазин от веригата отваря през 2011г., а до днешна дата има 50 магазина. За разлика от „Избенки“, „Подворье“ е производител и продавач на продуктите си.

В момента са модерни и интернет-магазините, които продават свежи хранителни продукти. Много често търговията се осъществява през собствен интернет-магазин на фермите. Важно е да се отбележи, че в последните година ползването на услугите на интернет-магазини в Русия се увеличава с много бързи темпове.

Таблица 1. ТЕКУЩИЕ ЦЕНЫ НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ В МАГАЗИНАХ НАТУРАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ в октябре 2013 года

МАГАЗИНЫ	ЦЕНЫ, руб./кг				
	Молоко	Кефир	Творог	Сметана	Сыр
«Экодеревушка»	100	–	350	–	350
«Избенка»	56–60	56–93	300–320	265–275	420–1100
«Подворье»	56–61	55–61	292,5–320	280–300	297–554
«Мадам Му»	290–450	–	916,5–1000	714	667
LavkaLavka	120–220	152–300	390–770	320–800	660–880

Таблица 2. ТЕКУЩИЕ ЦЕНЫ НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ НА ТРАДИЦИОННЫХ РЫНКАХ в октябре 2013 года

РЕГИОНЫ	ЦЕНЫ, руб./кг		
	Молоко	Творог	Сметана
Тамбов (областной центр)	25–32	150	180
Санкт-Петербург (Пушкин)*	80	320–380	500
Санкт-Петербург (Калининский район)**	29–36	100–200	75–180
Санкт-Петербург (Кузнечный рынок, Центральный район)	60–80	20–250	300–400

* Данный рынок относится к нетипичным, так как Пушкин — это пригород, и ввиду меньшей конкуренции, логистических и других факторов цены на некоторые позиции на этом рынке могут быть даже выше, чем на традиционно элитном Кузнечном и других рынках, находящихся в центре Петербурга. В сравнении со спальными районами разрыв еще больше.

** Поставщики: сельхозпредприятия из Пскова, Новгорода, Белоруссии и других регионов.

Ценова ситуация

Млечните продукти, които се продават в специализираните магазини са между 2-5 пъти по-скъпи то тези, които се продават на традиционните пазари.

Сертификация и качество

В Русия на законодателно ниво статусът на екопродуктите не е определен. През 2010г. се отменя и задължителното сертифициране на хранителни продукти. В момента е достатъчно производителят да попълни една декларация за съответствие, с която той приема отговорност за съответствието на продуктите с нормите за безопасност. През 2012г. беше подготвен проект на федерален закон за екомаркировка (етикети), но до сега този закон не е приет.

В следствие на липсата на сертифициране, в Русия има сериозни проблеми с качеството и натуралността на хранителните продукти. През 2011г. са проведени контролни покупки на всички категории млечни продукти. 30% от образците на масло, 50% от тези на кондензираното мляко, 50% от сметаната и 20% от пушеното сирене се оказват фалшификати с добавени растителни мазнини.

Съгласно прогнози на експертите, в близките години ежегодният ръст на продажби на екопродукти ще бъде 20-30%. Не трябва да се забравя, че обемът на продажби на екологично чисти продукти в Русия е много малък.

Източник: Russian Food&Drinks Magazine, 1/2014

5. СТО не е толкова страшно, колкото се опасявах. Продуктовият баланс на Русия през 2013г.

Много от основните компании в аграрния и хранителния пазар в Русия приемаха влизането на Русия в СТО през 2012г. като един суров изпит за руския бизнес. Прогнозираше се голям ръст във вноса на хранителни стоки и суровина за хранителната промишленост, спад в цените и разоряване на руските производители.

Изследвания показваха, че влизането на Русия в СТО оказва много по-малко влияние на пазара в сравнение с руския климат и вече развитите се тенденции в този сектор. В такъв смисъл, за отраслите с големи проекти и инвеститори влизането в СТО и лошите климатични условия не оказваха никакво влияние.

Един от най-уязвимите руски пазари, от гледна точка на чуждестранни стоки, е пазарът на свинско месо. В контраст с очакванията, този сегмент отбеляза стабилен ръст на вътрешно производство. Това може да се дължи на увеличените производствени мощности и модернизиранието на руските заводи. Едни от най-големите производители на пазара са „Мираторг“, ООО „Агропромгруппа“ и „Агрокомплекс“.

В сегмента на птиче месо се наблюдава продължителен стабилен ръст на вътрешното производство, като вносът на тези стоки се е съкратил. Русия постепенно излиза на лидерска позиция в световното производство на птиче месо. Успехът на този сегмент се дължи на активното развитие на големи, вертикално ориентирани селско-стопански холдинги, които се развиват в различни направления. Има сериозни основание да се твърди, че още през 2014г.

Рисунок 4. ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ ВНУТРЕННЕГО ПРОИЗВОДСТВА И ИМПОРТА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ в 2013 году, %



Источники: расчеты «Технологии Роста» по данным Росстата и ФТС РФ

Русия ще започне сериозна експанзия на европейския пазар за птиче месо.

Като цяло през 2013г. е отбелязан спад във вноса на основните видове месо с 15-20% в сравнение с 2012г. Единствените продукт, чийто внос се е увеличил, е агнешкото.

На теория ръстът на вътрешно производство способства за постепенното понижаване на средните потребителски цени. Въпреки това, през 2013г. в Руската Федерация потребителите са купували свинско, говеждо и птиче месо на цени само с 3-7% по-ниски от предходната година.

В млечния сегмент се наблюдава точно обратната тенденция. Въпреки ръста на цените в този сектор, с 14,4% в сравнение с 2012г., производството на обработено мляко е станало нерентабилно. Лидер в производството на мляко остава Република Татарстан, която отговаря за 10% от обема на сектора. Общото производство на млечни продукти в Русия е спаднало с 5% през 2013г. През 2013г. Русия е станала най-големият вносител на масло и суровини в света. Резкият ръст на внос и дефицитът в местно производство води до повишаване на цените на пазара на млечни продукти.

Ситуацията в аграрния сектор в Русия е устойчива и е отбелязана положителна динамика в отраслите, в които вече има частни инвеститори и модернизация и съвременни технологии са на лице.

Рисунок 5. ДИНАМИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ в 2013 году, %



Источник: расчеты «Технологии Роста» по данным Росстата

Източник: Russian Food&Drinks Magazine, 1/2014

6. Най-доходните сфери за малки предприятия в РФ

В повечето развити страни малките предприятия са основна част от икономиката на държавата. Голяма част от доходните сфери за предприемачество изискват професионалисти с висока подготовка.

В Русия процентът малки предприятия от общия пазар е само 15%, като средните са 37%, а големите 48%. Малките предприятия в Русия съставят не повече от 25% от външния капитал на страната. Максималното число постоянни сътрудници не трябва да е повече от 250 човека и максималната годишна печалба не трябва да превишава 0,400 милиарда рубли.

Повечето руснаци, които са в сферата на малките предприятия, имат афинитет към търговия на дребно, авто-сервиси, ремонт на битова и друга техника, което представлява 38-53% от този сектор. Тези сфери са най-



популярни и съответно с най-високо ниво на конкуренция.

Най-перспективна посока за малки предприятия е IT бизнеса. Този сектор расте с впечатляващи темпове, по данни на световната банка, световния пазар на IT технологии е на стойност 3.28 трилиона долара, а руския процент от тази сума е 1.8% (1 770 млрд. Рубли).

www.rosinvest.com

7. Руския пазар на парфюмерия и козметика влиза в десетката най-големи в Европа

Руският пазар на парфюмерия и козметика в момента се намира в десетте най-големи пазари в Европа, като демонстрира стабилен ръст на фона на по-скромните показатели на западна Европа. Големият потенциал на руския пазар привлича много чуждестранни компании, като за последните няколко години са открити производствени предприятия на фирми като Loreal, Procter & Gamble, Henkel и Avon, а през 2011г. Unilever закупи най-големия производител на козметика в Русия – завод „Калина“.

Руските производители предлагат главно продукти в ниската и средна ценова гама. Най-слаба е позицията на производителите в категорията декоративна козметика и средства за грижа за лицето и тялото от високо качество. Една от особеностите на руския пазар е силната зависимост от вноса, както от страна на производителите (внос на суровина), така и от страна на продавачите (внос на готови продукти). Влизането на Русия в СТО може да окаже добро влияние на пазара на парфюми и козметика, но резултатите ще бъдат видими най-рано в края на 2014г.

Пазарът на парфюми и козметика в Русия е един от най-бързо развиващите се, дори в условия на криза. През 2012г. на фона на влошаване на икономическата ситуация, ръстът на пазара се забави, но въпреки това е отбелязан 10% ръст в сравнение с 2013г.

Главните канали за реализация на козметична и парфюмерийна продукция са пряката продажба, включително продажби по каталози и специализирани магазини. Сумарно те са отговорни за повече от 55% от продажбите на пазара, като 35-37% принадлежат на специализирани магазини (дрогерии и магазини за натурални продукти). Нужно е да се отбележи, че пред 2011-2012г. е започнала да се развива продажбата на козметика и парфюми чрез интернет магазини. Продажбата на такива продукти в супермаркетите расте по-бавно, тъй като в много от регионите в РФ доходите на жителите не позволяват използването на много средства за козметика или парфюми, а потенциалът на големи градове е почти изчерпан. Не трябва да се забравя, че цените в супермаркетите са по-високи във веригите магазини.

Добре се развива и сегментът на натурална и органична козметика, което има връзка с опитите на руснаците да водят по-здравословен живот и да се грижат за здравето си. Търсенето на подобни продукти стимулира развитието на специализирани магазини. В момента в този сегмент основните търговски вериги са: „Ив Роше“, „The Body Shop“, „Для Душа и Души“; L’Occitane, LUSH, Megumi, Stenders, Botanicus, Bottega Verde, Fresh Line и други. Магазините в този сегмент са реализирали 9% от всички продажби на продукти от козметичната индустрия.

По темп на ръст по брой магазини през 2012г. лидер е Северно-Кавказкия федерален окръг (+157%), като развитието е най-активно в Ставрополския край. Активно се развиват веригите магазини от по-ниската ценова гама „Рубль Бум“ и

„Магнит Косметик“.

Развитието на пазара силно зависи от нивото на доходи на руснаците. Съгласно прогнози на руското Министерство на икономическото развитие, реалният процент на ръст е 3,7%, а през 2014-2015г. се очаква да бъде повече от 5%. Забавяне в ръста на доходи на руснаците и увеличаващи те цени за режийните разходи ще повлияе негативно на продажбите на продукти, които не са от първа необходимост.

<http://news-vlad.ru>

8. Топ 10 нови градове-спътници в Русия

Съставен е рейтинг на най-големите проекти на нови градове-спътници в Русия. Общата площ на планираните жилищни територии достига 40 млн. м², като прогнозираната численост на населението е 1,2 млн. човека. Градовете-спътници са познати от дълго време навсякъде по света и са едно естествено развитие на мегаполисите. От 10-те градове, които се анализират, 8 от тях са в стадии строителство, а 2 от тях са в стадии проектиране. В близко време се очаква началото на строителството на проект „Южный“ (Г.Санкт-Петербург) и „Меланка (г.Иркутск). Проектите включват не само многоквартирни блокове, но и индивидуални домове. 5 от спътниците се създават към град-милионник, а другите към градове с население над 400 хил. човека. Практически всички проекти имат за цел поне 40% от територията им да се заема от зелени площи.

Цените на недвижими имоти в повечето проекти е по-ниска от минималната цена на имоти в градски условия. Минималната цена на м² е 28 000 рубли.

Стойност на жилищните имоти в зависимост от разположението (хил.руб/ м²)



Топ 10 града-спътници:

1. „А 101“ ,*Нова Москва*

В непосредствена близост от Калужско шосе, където през 2018-20120 се планира откриването на първата метро станция в района, се води усърдна работа по строителството на жилищни сгради, индустриалния парк „Индиго“, както и вече има работещи детски градини и търговски центрове. Цените на квартири в „А 101“ запозчат от 81 хил. рубли/ м².

2. „Академический“, г.*Екатеринбург*

Реализацията на проекта започва през 2007г. и се очаква да завърши през 2025г. До този момента са реализирани повече от 1 млн/м² жилищни сгради, което е 12% от планираните. Привлекателността на проекта се състои от високите темпове на строителство и отличната инфраструктура. На територията на „Академический“ вече живеят повече от 30 хил. човека. Наблюдава се ръст в цените на недвижими имоти от

8% на година.

3. „Южный”, г.Санкт-Петербург

Строителството на този проект стартира през 2014г. Привлекателността на проекта е в планираното изграждане на надземно метро на неговата територия и наплив от хора, работещи на територията на промишлената зона „Дони-Верево”.

4. „Новое Ступино”, Московска област

Проектът, който се реализира на базата на държавно-частно партньорство се намира на 70км. от Москва и на 15км от г.Ступино. Тук двигател на проекта е индустриалния парк „Ступина 2”. До този момент на територията на спътника живеят 4 хил.души, а 5-7% от планираните жилищни сгради са построени. На място са вече детска градина и търговски център.



5. „Спутник”, г.Пенза

До момента в експлоатация са около 3% от жилищните сгради и има работещ супермаркет. Планира се построяването на 6 училища, 5 детски градини, гаражи, паркинги, спортни съоръжения и др.

6. „Новый город”, г.Чебоксары

Строителството на проекта започна през 2007г., като до момента са построени около 5-7% от планираните жилищни сгради. В момента строителството се извършва от няколко строителни компании – „ИСКО-Ч”, „ИНКОСТ” и „Монолстрой”.

7. „Лесная поляна”, г.Кемерово

Разположеният на 8км. от г.Кемерово спътник, е инициатива на местната власт и е на базата на държавно-частно партньорство. Планирано е строителството да завърши през 2016г., до момента са построени само 20% от жилищните сгради и живеят 6 500 човека.

8. „Волгарь”, г.Самара

През 2013г. около 200 хил. м² са пуснати в експлоатация, а през 2014г. се планира да бъдат пуснати още 300. м². До момента проектът е реализиран на 15%.

9. „Меланка”, г.Иркутск

Този проект все още е в стадии на планиране. Концепцията на проекта е създаването на индустриален парк, търговска и социална инфраструктура.

10.„Смарт Сити”, г.Казан

Проектът е уникален, защото спътникът се създава като научно-делови център, като се планира да има и експресна връзка с влак към летището на г.Казан. В списъка със сгради в „Смарт Сити” влизат конгресно-изложбен център, научно-изследователски център и др.

Журнал „Стройка”, 9/2014