

# Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Април 2015/брой 4



## ПРЕДСТОЯЩИ СЪБИТИЯ

24.05.2015 г. – Посещение на министъра на икономиката г-н Божидар Лукарски в гр. Москва и откриване на изложба «Машиностроене» в ЦПРБ;

26.05.2015 г. – Българо-руски бизнес форум в Посолството на Република България в РФ в гр. Москва;

26.05.2015 г. – Делова мисия в гр. Твер, РФ;

22.05.2015 г. – Кръгла маса и презентация на ЦПРБ пред Съюза на журналистите от Подмосковието в гр. Красногорск, РФ.



## ПРЕЗЕНТАЦИЯ НА БЪЛГАРСКАТА КОЗМЕТИКА В ЦЕНТЪРА НА ПРОМИШЛЕННОСТТА

На 23 април 2015 г. в Центъра на промишлеността на Република България в Москва /ЦПРБМ/ се проведе Презентация на българската козметична индустрия. Организатор на мероприятиято беше ЦПРБМ. В презентацията участваха производители на козметика, дистрибутори, журналисти.

С приветствия към участниците се обърнаха Директорът на ЦПРБМ г-н Илиян Цонев и Ръководителят на Службата по търговско-икономическите въпроси към Посолството на Република България в РФ г-н Янко Янакиев. В презентацията участваха г-н Руси Найденов от фирма „Росбул-ВД“, Игор Емелианов от фирма „София-биюти“, Светослав Милев от компанията „Булгари коммерс“. Те представиха продукцията на водещи български производители на козметика, както и новите им серии бои за коса, грижа за кожата, лакове и др. По време на мероприятиято г-н Цонев предложи със съдействието на Българската Национална Асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика и с подкрепата на Министерството на икономиката, компаниите от козметичната индустрия да се обединят и заедно да кандидатстват по програми за развитие на Европейския съюз.

Участниците в презентацията се обединиха около мнението за ползата от провеждането на подобни мероприятия, които дават възможност на българските компании да представят своята нова продукция, да осъществят делови контакти с руски бизнес партньори и да поставят интересувашите ги въпроси и проблеми, свързани с работата им на руския пазар.

## СЕМИНАР В ЦПРБМ ЗА НОВИЯ РЕД ЗА РЕГИСТРИРАНЕ НА ПРЕДСТАВИТЕЛСТВА В РУСИЯ



На 23 април 2015 г. в Центъра на промишлеността на Република България в Москва /ЦПРБМ/ се проведе семинар на тема: „Изменения в процедурата за откриване на територията на Русия на филиали и представителства на чужди юридически лица, в съответствие с влезлия в сила от 1 януари 2015 г. Федерален закон от 5 май 2014 г. №106-ФЗ“. Мероприятието беше организирано от Центъра на промишлеността на Република България в Москва и от Представителството на Българо-руската Търговско-

промишлена палата в Русия.

В началото Директорът на ЦПРБМ Г-н Илиян Цонев приветства участниците и отбеляза, че успешното провеждане на семинара ще послужи за укрепването и разширяването на българо-руските търговско-икономически и делови отношения.

Лектор на семинара беше председателят на Представителството на Българо-руската Търговско-промишлена палата в Русия Г-н Ярослав Кохан. Той разясни пред участниците въпросите, свързани с измененията в процедурата по откриване на филиали и представителства, по персоналната акредитация на сътрудниците им, както и визовото обезпечаване на сътрудниците и техните семейства. На семинара присъстваха представители на 21 търговски представителства на български компании в Русия.

Семинарът беше организиран във връзка с измененията в руското законодателство – от 1 януари 2015 г. беше ликвидирано федералното бюджетно учреждение „Държавна регистрационна палата към Министерството на правосъдието на Русия“. До края на 2014 г. именно тази Палата се занимаваше с акредитацията на чуждите представителства в страната. От началото на тази година функциите по акредитиране на чуждите филиали и представителства /с изключение на представителствата на чуждите кредитни организации/ се възлагат на Федералната данъчна служба на Русия.



## БЪЛГАРСКО УЧАСТИЕ В ИЗЛОЖЕНИЕТО «ДОМЕКСПО» В МОСКВА

Между 03-05 април 2015 г. в московския изложбен център „Гостиний двор“ се проведе 32-то Изложение на руски и чуждестранни имоти «ДОМЕКСПО». Това е една от най-представителните тематични експозиции в Москва, с повече от 10 годишна история. И тази година България участваше със свой щанд, на който бяха представени Българската инвестиционно-строителна асоциация /БИСА/ и 8 български компании. Други 5 строителни фирми от България имаха собствени щандове на «ДОМЕКСПО». Българското участие

беше организирано със съдействието на Националното представителство по туризъм на България в Руската федерация и на Центъра на промишлеността на Р България в Москва /ЦПРБМ/.

Представителите на българските компании споделиха, че участието им в изложението е минало успешно и че руският купувач продължава да поддържа интерес към закупуването на

имоти в България. По покана на БИСА изложението посети Директорът на ЦПРБМ Г-н Илиан Цонев, който лично приветства българските участници и обсъди с тях ситуация на българския пазар на недвижими имоти. Представители на ЦПРБ разпространиха рекламни и информационни материали за България. Участниците от България бяха поканени да участват в изложения в регионите на Русия в рамките на мероприятията, свързани с плана „Дни на България“.

«ДОМЕКСПО» е единствената изложба на имоти в Русия, на която се представят всички сегменти на руския и чуждестранния пазар: нови сгради; общински имоти; курорти, търговски и крайградски недвижими имоти.



### **БЪЛГАРИЯ И КУРСКА ОБЛАСТ АКТИВИЗИРАТ СЪТРУДНИЧЕСТВОТО СИ**

На 8 април 2015 г. в Посолството на Р България в Москва се състоя среща със зам.- председателя на Комитета на Администрацията на Курска област по развитие на външните отношения Светлана Дорош. От българска страна в разговорите участваха ръководителят на Службата по търговско-икономическите въпроси при Посолството на България в Русия Янко Янакиев, Директорът на Центъра на промишлеността на Р България в Москва /ЦПРБМ/ Илиан Цонев и ръководителят на Националното представителство по туризъм на България в Русия Катя Жекова.

Участниците в срещата обсъдиха активизирането на сътрудничеството между бизнеса на България и на Курска област, както и участието на български компании в Курския коренен панаир, който ще се проведе между 11 и 14 юни 2015 г. Панаирът, който датира от 1708 г., всяка година събира представители на бизнеса от Русия и чужбина и способства за съживяване и укрепване на партньорските бизнес контакти.

По време на срещата в българското Посолство бяха отчетени и резултатите от икономическото сътрудничество между България и Курска област. Според статистическите данни за 2014 г. външнотърговският оборот на Курска област с България се е увеличил с 41 пъти и се равнява на 5699,5 хиляди долара. Основен дял на българския експорт в Курска област се пада на метали и гумени изделия, а на импорта от Курска област в България – на машиностроителна и химическа продукция.



## **Маркетингови проучвания на руския пазар**



### **ЗАЩИТА ОТ СЛЪНЦЕТО - НОВИ ТЕНДЕНЦИИ НА КОЗМЕТИЧНИЯ ПАЗАР**

От вредните слънчеви лъчи, човешкото тяло се защитава с помощта на постоянно нарастващият брой козметични продукти. Световният пазар на средства за защита на кожата от въздействието на слънчевите лъчи, потвърждава най-смелите прогнози на аналитиците. В тази връзка компанията Euromonitor повишава прогнозите за понататъшния ръст на пазара до 6,4% през 2018 г.

Средствата от този спектър заемат 2% от световния пазар на козметични средства и лична хигиена и се оценяват на 454 милиарда долара за 2013 г. По този начин, козметичните средства за защита на кожата от въздействието на слънчевите лъчи влизат в топ 5 на най-бързо растящи категории на световния пазар.

Въпреки това, по пътя към успеха сектора ще трябва да преодолее много препятствия: средствата за защита на кожата от ултравиолетовата част на спектъра са сравнително малко популярна категория, като показателите са по-малко от 50% от общите разходи за мъже и жени. Динамиката на растежа на продажбите не зависи от осведомеността на хората за необходимостта от защита на кожата и сериозните последствия.

Важен фактор за ръста на продажбите е въвеждането на производство на средства, базирани на иновативни съставки: новите изследвания на учените потвърждават състаряващото въздействие на електромагнитните излъчвания върху кожата, което поражда необходимостта от нови поколения защитни средства.

На съвременния пазар, където многофункционалността е основен компонент за успеха, защитните средства от слънцето също трябва да имат многокомпонентни ефекти върху кожата. Средствата трябва да имат не само защитен ефект, но и например ефект антистареене или декоративни качества.

Според анализатори на Euromonitor, разликата между слънцезащитните средства и останалата гама от продукти за грижа за кожата, става все по-малка и условна. Например, все по-често в състава на средствата за избелване на пигментни петна, в декоративната козметика и други се включват съставки със слънцезащитни функции.

Също така, слънцезащитни елементи проникват и в нови области и категории продукти - например, в средствата за грижа за косата.

<http://www.intercharm.net/>



## СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ НА РУСКИЯ ПАЗАР НА АЛКОХОЛ

През последните няколко години, пазара на алкохол в Русия претърпява значителна трансформация, като основна причина за това на първо място е активното административно регулиране на пазара на алкохола, като цяло и водката в частност. Към края на 2014 г. делът на алкохола в потреблението на напитки в Русия е спаднал до 36%, което е резултат на дългосрочната тенденция на изместване на потреблението в посока на безалкохолните напитки.

Днес на руския пазар на алкохол се наблюдават две различни тенденции - едната задава динамиката на пазара на водка, а другата - на положението в сегмента на вносен алкохол.

Постепенното повишаване на минималната цена на дребно на водката доведе до концентрация на пазара и намаляване на асортимента в категорията. Заслужава да се отбележи, че през 2012 г., на цена над 220 рубли (най-високо ниво на минимална цена, която в момента е намалена до 185 рубли) са били продадени само 5% от пазара, което говори за завършен, до този момент, преход на цялата категория (законно реализирана продукция) в сегмент премиум.

В продължение на четири години (2010-2014) легалният пазар на водка в Русия е намалал с 38% в реално изражение, но не всяко повишаване на минималните цени на дребно е довеждало до пропорционален спад на пазара. След анализ на динамиката на продажбите и установяването на нови минимални цени, стигаме до извода, че основната промяна в категорията е станала през 2013 г., когато минималната цена е била 170 рубли, което отсича в един момент 62% от пазара. Повишаването на ниския праг на цените, довежда до рязък спад на пазара, изблъскване на малките регионални играчи, свикнали да работят с нисък ценови сегмент

и неспособни да се конкурират в легалното пространство с големите федерални играчи. При това е очевидно, че при падащ пазар с покачващи се цени се повишава концентрацията - делът на продажбите от топ 10 марки към края на 2014 г. е надвишил 30%.

Логично е, че при значително увеличение на цената на легалната част на пазара, голям брой потребители преминават към продукцията от „сивия сектор“. Дори неотдавнашният спад на цените до 185 рубли няма да окаже сериозно влияние върху ситуацията: сегашните нива на цените за по-голямата част от покупателите са все още непосилни, а освен това, през 2015 г. се появяват допълнителни икономически фактори, влияещи на поведението и избора на клиентите. Според нашите прогнози, през 2015 г. спадът на пазара на водка в Русия ще се забави, но динамиката ще остане отрицателна.

Сред потребителите, които не са преминали към нелегални алкохолни напитки, някои продължават да купуват продукти по новата цена, а някои - и тук преминаваме към втората тенденция на пазара на алкохол – се ориентират към други категории алкохол.

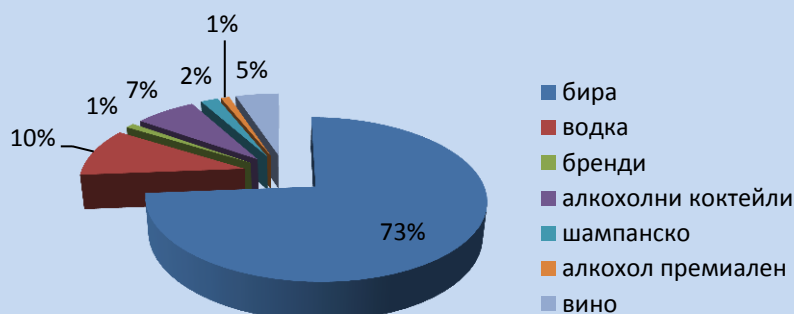
В края на 2014 г. продажбите на премиум марки алкохол в натурално изражение са се увеличили с повече от 10%. Във връзка с общото увеличение на средното ниво на цените на пазара на алкохол, разликата между цените на вносен алкохол и водката намалява, което улеснява „прехода“ на потребителите в новите категории. В същото време, дистрибуторите и производителите на вносен алкохол, отчитайки достатъчната разлика в цената на своите продукти, могат да поддържат и регулират търсенето чрез промоции, което също допринася за притока на нови клиенти.

Повод за радост, обаче, производителите на премиум марки алкохол, особено нямат - баланса на силите на пазара на алкохол през 2015 г. значително ще се промени. Принудени да реагират на промените във валутните курсове, дистрибуторите и производителите ще увеличат цените на продукцията си, което ще доведе до спад в продажбите и изход на част от потребителите от категорията премиум марки, неспособни да плащат за скъп алкохол, поради намаляването на реалните доходи.

На фона на негативните тенденции и прогнози за по-нататъшно съкращаване на пазара има и поводи за оптимизъм. В IV тримесечие на 2014 г. за намерението си да икономисват от скъпи марки алкохол са заявили 24% от анкетираните руснаци - през 2009 г. тази цифра е била 33-36%. Означава ли това, че днешният потребител е по-малко склонен да се откаже от консумацията на алкохол като цяло? Може би, но по-вероятно е, че поради ситуацията на пазара, възможности да се икономисва от алкохол почти няма, така че лоялните клиенти на премиум сегмента на пазара няма да си отидат и ще се съгласят да плащат висока цена.

Статистиката говори, че консумацията на алкохол по време на криза почти не намалява.

Структура на пазара на алкохол в Русия за 2014 г.



\*Премиум алкохол: уиски, ром, текила, джин, вносен коняк френски, френско шампанско, вносни ликьори.

**Забележка:** Данните в статията отразяват само легалният сегмент на пазара на алкохол в Русия.

<http://article.unipack.ru>

## ПУБЛИЧНО-ЧАСТНОТО ПАРТНЬОРСТВО (ПЧП) СРЕЩУ КРИЗАТА – СОЦИАЛНИ ОБЕКТИ



Към края на 2014 г. в Русия изграждането на социални инфраструктурни обекти чрез публично-частно партньорство престана да бъде „екзотичен“ феномен. Например, в етап на инициране, проектиране и строителство в Томски, Вологодски, Астрахански регион се намират проекти за предучилищни образователни учреждения. В областта на физическата култура и спорта се реализират такива проекти като: многоцелеви спортен комплекс в град Липецк, санаторно-оздравителен комплекс в района на Нижни

Новгород. Някои социални инфраструктурни обекти са вече на фаза експлоатация, например: изграждането на учебни заведения в жилищен комплекс „Славянка“ в Санкт Петербург.

Причините за привлекателността на ПЧП за социални инфраструктурни обекти, обясняват анализаторите на Intesco Research Group.

Първо: привличането на банково финансиране за изграждането на социални инфраструктурни обекти ще бъде отговорност на частния инвеститор и на него ще се пренася и банковия дълг. В същото време, договорът за финансиране не се превръща в дълг към бюджета.

Второ: условието за заплащане на работата на частната страна е пълното изпълнение на функционалните изисквания на проекта, като заплащането се извършва след въвеждане на обекта в експлоатация (капиталовата субсидия е не повече от 25%).

Трето: цената на договора се определя чрез предварителен конкурс, което означава, че по-ефективното използване на средствата по време на строителството, ще бъде една от основните цели на строителната компания.

Четвърто: благодарение на конкурса, може да се започне изграждането на няколко съоръжения едновременно, в рамките на тяхното плащане на вноски поетапно при въвеждане на обектите в експлоатация.

Особено важен момент, в полза на използването на модела на ПЧП е третият фактор. В традиционния модел, в рамките на обществените поръчки възниква разкъсване на отговорностите на изпълнителите, а системата за възнаграждение за извършената работата се явява основание на изпълнителите изкуствено да завишават стойността на проекта.

Въпреки това, предимствата, посочени по-горе са възможни само, ако региона, в който ще се реализира проектът, както на теория, така и на практика е готов за работа с механизмите на публично-частното партньорство. Нивото на законодателната база във всеки регион на Руската федерация е различно - вместо качествена разработка, често се създават рамкови регионални закони, или са просто преписани, а Федералния закон „За концесиите“ в значителна степен е пригоден за транспортни инфраструктурни проекти.

В предвид нарастващата криза, засягаща всички аспекти на обществото, било то бизнес, общество или държавни органи, развитието на публично-частното партньорство може да бъде един вид стимул за положително развитие на ситуацията. Благодарение на ПЧП се изграждат инфраструктурни обекти, които повишават стандарта на живот на гражданите, подобряват инвестиционния климат, а държавата получава възможност за отсрочени плащания за изграждането на тези инфраструктурни обекти и за бизнеса се появяват дългосрочни бизнес партньори, и достатъчно надеждни гаранции за бъдещи приходи.

<http://marketing.rbc.ru/>

## Икономическа справка за Владимирска област



територия:	29 084 кв.км
губернатор:	Светлана Юрьевна Орлова
федерален окръг:	централен
административен център	гр. Владимир
часови пояс:	московско време
website:	<a href="http://www.avo.ru/">http://www.avo.ru/</a>
Население	1 405 613
средна заплата	20 927 рубли

### АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ

- 16 окръга
  - 3 градски района
    - 26 града
    - 80 села



### ОСНОВНИ МИНЕРАЛНИ РЕСУРСИ НА РАЙОНА:

Торф, глини, карбонатни скали, кварцов пясък и чакъл, металургичен доломит.

### ПРОМИШЛЕНОСТ НА ВЛАДИМИРСКА ОБЛАСТ

- Хранително-вкусова промишленост – включително напитки.
- Електрооборудване, електронно и оптическо оборудване.
- Машиностроене и оборудване.
- Металургична промишленост.
- Химическа промишленост.
- Производство на гумени и пластмасови изделия.
- Лека промишленост – текстилна и шивашка промишленост;
- Дървообработваща промишленост - предприятия за обработка на дървесина, мебел, целулозно производство, картон.
- Производство на кожи, кожени изделия и обувки.

## **СЕЛСКО СТОПАНСТВО**

Отглеждат се плодове, фуражи, специален сорт картофи за преработване в чипс.

Животновъдството в областта е специализирано в отглеждането на добитък за мляко и месо, свиневъдство и птицевъдство, яйца.

## **ТРАНСПОРТ**

Включва: железопътен, автомобилен, воден, въздушен.

## **ИНВЕСТИЦИИ**

### **Инвестиционен потенциал:**

- Дългосрочен рейтинг в чуждестранна валута – ВВ
- Национален дългосрочен рейтинг – ВВ
- Кредитен рейтинг – ВВВ
- Инвестиционен рейтинг – 3В1 (умерен риск)

### **Инвестиционни проекти на територията на Владимирска област**

Списък с всички проекти в областта можете да намерите [ТУК](#).

### **Инвестиционна привлекателност на Владимирска област**

- Изгодно географско местоположение;
- Богат кадрови потенциал;
- Развита инфраструктура;
- Значителни енергийни запаси;
- Значително количество минерални ресурси;
- Иновации;
- Финансова поддръжка;
- Развито селско стопанство;
- Богата история и туристическа привлекателност;
- Развит малък и среден бизнес;
- Поддръжка от администрацията на района;

### **Поддръжка на инвеститорите**

- Държавна поддръжка;
- Освобождаване от данъци;
- Изграждане на прозрачни процедури за прилагане на инвестиционни дейности;
- Създаване на механизъм за работа с регионалните инвестиционни проекти;
- Информационна поддръжка;
- Финансова поддръжка;