

Арсений Петров

Торговое дело

На рынках продолжается «бал метаморфоз» — при фактическом исчезновении прямого импорта в Россию из Европы, США и других регионов рост экспорта товаров в страны СНГ составил до 50%. Не менее впечатляющие результаты показывают Турция, ОАЭ, Грузия. Всего за год сложился и сегмент игроков, которые занимаются доставкой товаров ушедших из России брендов. В свою очередь, маркетплейсы и другие e-commerce-бизнесы открывают в странах СНГ, Турции, ОАЭ и Иране целые представительства, которые, очевидно, помогают не только в продвижении локальных брендов, но и в расширении и облегчении схем параллельного импорта и доставки.

Российская внешняя торговля, по оценкам аналитиков The New York Times, в основном вернулась на уровень «до начала специальной военной операции на Украине в феврале 2022 года», а экономика в целом оказалась более стойкой, чем рассчитывали в США и других западных странах. Российский импорт, возможно, уже вышел на дофевральский уровень или скоро достигнет его, сообщает издание, указывая, что многим странам оказалось сложно не то что разорвать, но даже сократить связи с Россией. По словам авторов исследования университета Санкт-Галлена (Швейцария), менее 9% бизнесов из стран Евросоюза и G7 прекратили отношения с российскими партнерами.

По данным EuroMonitor, весь год фиксировался и рост поставок товаров из ЕС и США в страны СНГ и другие дружественные России государства. Эксперты назвали его аномальным: экспорт из стран Евросоюза в Россию с марта — ноября 2022 года упал на 47% к тому же периоду 2021 года (до 36,3 млрд евро), а экспорт европейских товаров в соседние с Россией страны (Белоруссию, Армению, Казахстан,



Грузию, Узбекистан и Киргизию) за то же время вырос на 48% (до 20,3 млрд евро). В РБК со ссылкой на авторов исследования сообщают, что, согласно подсчетам, совокупный экспорт из ЕС подсанкционных товаров в Белоруссию, Армению, Грузию, Казахстан, Узбекистан и Киргизию уже в ноябре 2022 года был близок к 1,5 млрд евро, а годом ранее месячный объем составлял лишь около 500 млн.

Экспорт в соседние с Россией страны нарастили все экономики ЕС, кроме Швеции и Мальты. Объем же товарооборота России и Казахстана, по оценкам ТПП РФ, по итогам 2022 года увеличился на 2 млрд долларов, достигнув рекордных 26 млрд. Внешнеторговый оборот между Арменией и Россией по итогам 2022 года впервые превысил 5 млрд долларов (в 2021 году — 2,6 млрд). Обороты с Турцией тоже называются рекордными: по разным данным, уже с марта по октябрь 2022-го товары от турецких экспортеров оценивались в 800 млн долларов.

«Цифры действительно впечатляющие, но они объяснимы, — считает Кирилл Латинский, коммерческий директор SOTA Logistic. — При значительном падении импорта из Евросоюза, Великобритании, Норвегии, США, Южной Кореи, Японии и других традиционных для России рынков произошел рост поставок из Турции, Китая, постсоветских государств, Ирана. Уже в середине весны 2022 года стало понятно, что без создания крупных хабов в ближайших к России лояльных либо нейтральных странах невозможно стабилизировать товаропотоки, поскольку экономике необходимы непрерывные поставки по согласованным тарифам. От этого напрямую

фото: pexels.com



Fashion, бытовая техника и электроника, косметика — основные сегменты, которые стали активно экспортироваться в страны СНГ из Европы и Америки. В первую очередь это бренды, которые официально прекратили продажи в России.

зависит абсолютное большинство российских производителей. Тем не менее объем импорта в 2022 году сократился примерно на 20%, в основном в связи с падением покупательной способности населения. И только четверть из этих 20% приходится на импортные товары, которые по тем или иным причинам не удалось заместить».

Fashion, бытовая техника и электроника, косметика — основные сегменты, которые стали активно экспортироваться в страны СНГ из Европы и Америки, перечисляет **Мария Мартынова**, заместитель исполнительного директора «Курьер Сервис Экспресс». В первую очередь это бренды, которые официально прекратили продажи в России (Nike, Samsung, Zara, премиальные и люксовые марки). «Очевидно, что СНГ столько не может потреблять, даже с учетом пополнения численности этих стран переехавшими россиянами», — резюмирует эксперт.

Отбросили тень

Пока на Западе думают, что делать с «санкционными метаморфозами». В переговорах с Турцией, а также ОАЭ американцы, например, продолжают настаивать на прекращении экспорта товаров в РФ, сообщает Bloomberg. Вашингтон уже предупредил эти страны о том, что поддержание ими экономических и финансовых связей с Россией «мешает усилиям по давлению на Москву». Параллельно Россия направила Турции и ОАЭ предложения по налоговым соглашениям. Москва хочет начать переговоры по поводу изменения соглашений об избежании двойного налогообложения.

О закрытии погранпереходов на границе с Белоруссией и Россией не впервые говорят и в Польше. В начале февраля глава МВД Польши Мариуш Каминьский уже принимал решение приостановить движение на переходе в Бобровниках. Премьер-министр Матеуш Моравецкий не исключил закрытия и других пунктов пропуска с тем, чтобы «послать четкий сигнал Минску и Москве».

«Развернутая против России гибридная война выявила неготовность ответственного торгового бизнеса к подобным испытаниям, — размышляет Александр Бражко, координатор федерального проекта #ЗаЧестныеПродукты! — Временные меры позволили частично закрыть вопрос товарного дефицита, однако перезапуск системы потребует 1–2 года. С учетом прогрессирующего осложнения отношений с европейскими торговыми партнерами необходимо готовить новую национальную систему, которая будет защищена от существующих и прогнозируемых рисков. Пограничные варианты позволяют продолжить торговую деятельность, пока конкретная компания не получила «черную метку» от надзорных органов ЕС. В настоящее время проводится накопление информации, чтобы в час X была возможность одномоментно остановить логистику».

Темные дела

Впрочем, из 85 брендов, заявивших об изменении статуса бизнеса в России, только 25% действительно закрылись, сообщают аналитики Commonwealth Partnership (CMWP). Среди них — IKEA, Jysk, Decathlon, марки группы H&M, часть

брендов Inditex Group и несколько других менее крупных. Опасения о массовом исходе не оправдались: порядка 40% из них нашли возможность тем или иным способом остаться в России, в значительной степени — за счет переуступки прав собственности отдельных ретейл-брендов новым владельцам.

Чуть более трети (32%) уже нашли новых собственников для бизнеса — продали или передали его в управление локальному менеджменту компаний или другим игрокам. 6% возобновили работу после приостановки, продолжили работать или провели ребрендинг (в тех случаях, когда бренды были представлены через дистрибьютеров и партнеров). Остальные 2% заявили о приостановке инвестиций или ограничении операций на локальном рынке.

Все еще в режиме приостановки остается значительная часть ретейлеров — 34%; особенно велика среди них доля игроков премиальной и люксовой категории. «Timberland переименовался в Bootwood, Samsonite — в «ЧемоданPRO», Nelly Hansen — в «Хансен», US Polo стал AR Fashion, Crocs стали Saboo, Reebok будет представлена преимущественно в новом магазине SneakerBox турецкого холдинга FLO, который приобрело российское подразделение бренда Reebok, — перечисляет **Цезарий Полторац**, руководитель розничных операций в России и Румынии Fashion House Group. — Однако в период перестройки российского рынка ретейла и логистики в условиях параллельного импорта участников ожидают изменения, часть из которых рискует перерасти в серьезные проблемы. Во-первых, ограничения по марже: будет другая маржа у ретейлеров, потому что прибавляется еще одно дополнительное звено в логистику, что частично отнимает маржу, которую можно использовать, скажем, под скидки. Таким образом, перестройка логистики оставляет меньше свободы для скидок и акций. Из-за этого возникает вопрос: а будет ли подниматься цена? Но этого рынок не позволит».

Благодаря курсу, который сейчас чуть ниже, чем держался до недавнего времени, сегмент более-менее выравнивается, поясняет г-н Полторац. Но вот если курс вернется к обычному — 85 рублей за евро, то он полностью съест маржу, и это уже станет настоящей проблемой, с которой столкнется ретейлер: покупатели неспособны платить больше, чем сейчас.

Во-вторых, формируется новый тренд, когда ввиду отсутствия прямых связей с поставщиком образуются мультибрендовые магазины во главе с ведущим брендом. Это связано с необходимостью подстраховки по товарному наполнению торговой площади, ведь при параллельном импорте новые логистические завязки не всегда работают четко. Такой подход применен с бывшим Samsonite, ставшим «ЧемоданPRO»: чтобы обеспечить ассортимент,

«доминирующий» бренд просто вынужден добавлять позиции других марок.

Сохранятся и все каналы дистрибуции, но если раньше в онлайн бренд продавал товар под собственной маркой, то теперь уже нет. Следовательно, вырастет значение офлайна, что, в свою очередь, отразится на структуре онлайн, констатирует Цезарий Полторац.

Привезем все

Всего за год в России появился и целый сегмент игроков, которые занимаются доставкой товаров ушедших компаний. Кроме того, ведущие маркетплейсы открывают в странах СНГ и Турции целые представительства и направления, которые, очевидно, помогают не только

Опасения о массовом исходе не оправдались: порядка 40% из них нашли возможность тем или иным способом остаться в России.

Большинство крупных игроков на рынке логистики уже запустили или планируют запустить сервисы, которые помогают покупать товары из Европы и США.



в заявленном выводе на площадки локальных марок, но и в расширении и облегчении доставки товаров по схемам параллельного импорта. Доставку «любимых западных брендов не выходя из дома» предлагают и другие бизнесы в e-commerce, включая частных байеров.

Большинство крупных игроков на рынке логистики уже запустили или планируют запустить сервисы, которые помогают покупать товары из Европы и США максимально комфортно и безопасно (Почта России, CDEK, EXMAIL, Ozon и т. д.), соглашается **Андрей Волков**, CEO Exmail. По его словам, есть все шансы, что компании продолжат развиваться, улучшая сервис, а покупки товаров из других стран станут так же доступны и популярны, как и на российских маркетплейсах.

фото: pixabay.com

«CDEK Forward уже четвертый год занимается доставкой покупок в Россию из разных стран мира — США, Европы, Ближнего Востока и Азии, — рассказывает **Екатерина Котова**, руководитель отдела маркетинга CDEK Forward. — В 2022 году наблюдался значительный прирост клиентов компании, и на сегодня собственные склады CDEK Forward открыты в двенадцати странах. Прирост связан также с тем, что мы предоставляем услугу «выкуп», помогая клиентам оплачивать покупки на зарубежных сайтах в рублях. Проверенные байеры-партнеры выкупают товары и отправляют на нужный склад CDEK Forward за границей, а в личном кабинете клиент уже отслеживает товар. За последние месяцы больше всего



заказов было отправлено из США, Великобритании, Германии, Италии».

Бизнес вообще использует любые возможные варианты поставок, соглашается Кирилл Латинский. Крупные игроки сконцентрированы в итоге на создании хабов для непрерывных поставок в Россию различной номенклатуры товаров. А вот физлица, например, стали основными импортерами автомобилей: если до конца февраля 2022 года основным каналом продаж были дилерские центры, то теперь роль импортеров взяли на себя частные продавцы, которые покупают новые или подержанные авто до пяти лет и ввозят в страну. По сути, российский автомобильный рынок вернулся к ситуации конца 1990-х — начала 2000-х годов, констатирует эксперт.

Уже в январе параллельный импорт занял 8% в структуре продаж новых легковых автомобилей в России.

Свое место

Потенциал маркетплейсов и их представительств, открывшихся в дружественных странах (Узбекистане, Казахстане, Турции, Киргизии, ОАЭ, Иране и пр.), огромен, считают эксперты. Именно через них идет продвижение и реализация товаров торговых марок компаний, ушедших из РФ, а также новых продуктов, которые пытаются занять освободившиеся ниши, говорит **Алексей Мисаилов**, директор по развитию бизнеса FM Logistic.

«Маркетплейсы — молодцы, учитесь скорее делать нормальные торговые площадки и оттачивайте логистику, — комментирует **Ирина Гутенева**, ООО «Русская Транспортная Компания». — И все будет развиваться — и прозрачные схемы, и сервис, и логистические центры, и будет нарабатан опыт обработки продукции. Если же в целом говорить именно о параллельном импорте, то весь сектор ушел в руки агентов, — перекупающих и импортирующих по тем же логистическим рельсам, что и раньше».

Товары, ввезенные по параллельному импорту, не продаются на фирменных сайтах брендов, соглашается Мария Мартынова, поэтому самыми востребованными витринами для их реализации и покупки стали именно маркетплейсы. В то же время бытовую технику и электронику можно встретить и в сетевых магазинах, поскольку крупные игроки оперативно и успешно решили вопросы логистики и представляют всю линейку товаров.

Не равные многим

Решения об уходе с российского рынка принимались под давлением политиков, напоминает Александр Бражко, и большинство иностранных компаний планируют вернуться. Владельцы марок будут максимально долго воздерживаться и, например, от инициирования судебных процессов в отношении «параллельных» продавцов. Если же необходимость подобных действий будет включена в очередной санкционный пакет ЕЭС, США, мы увидим вал исков в европейские, а не российские суды, ведь их инициаторам нужна гарантированная победа и на юридическом фронте, добавляет эксперт.

«В самом параллельном импорте ничего нелегального нет — исключительные права собственников брендов исчерпываются в момент, когда они выпускают товар в свободное обращение, — подчеркивает **Виталий Можаровский**, партнер ALUMNI Partners. — Этот товар может свободно путешествовать по всему миру и быть

Если до конца февраля 2022 года основным каналом продаж были дилерские центры, то теперь роль импортеров взяли на себя частные продавцы.

В самом параллельном импорте ничего нелегального нет — исключительные права собственников брендов исчерпываются в момент, когда они выпускают товар в свободное обращение.

Термин параллельный импорт в России возник 15–20 лет назад в результате выработки правовых механизмов защиты финансовых интересов иностранных инвесторов.

России предстоит скорректировать привычное представление об импорте, которое сложилось тридцать лет назад.

потребленным в любой точке мира. Поэтому все разговоры о судебном преследовании за параллельный импорт рассчитаны скорее на впечатлительных пенсионеров. Сам термин параллельный импорт в России возник ведь лет 15–20 назад в результате выработки правовых механизмов защиты финансовых интересов иностранных инвесторов. В обмен на инвестиции в строительство своих фабрик и заводов в России они получали эффективную поддержку со стороны таможенной службы в деле установления заградительных барьеров для импорта в Россию их же собственного оригинального товара, но просто произведенного в других странах и более дешевого. Да, конечно, в краткосрочной перспективе такой подход работал против интересов потребителей, которым предлагалось покупать тот же самый товар по более высокой цене, но таковы были условия более крупной сделки в долгосрочной перспективе: строительство новых фабрик и заводов давало огромный мультипликативный эффект — увеличение занятости населения, качественный рост квалификации и рынка труда, новые технологии и компетенции, увеличение налоговых поступлений и рост экономики в целом, интеграция российской экономики в мировую, рост доходов и благополучия населения, рост банковского и строительного секторов и т. д.»

Важно не смешивать понятия «параллельный импорт» и «поставки через третьи страны» (или закупки в третьих странах, то есть не напрямую у производителя или прежнего поставщика), указывает **Григорий Григорьев**, генеральный директор Novelco.

Параллельный импорт — ввоз в страну оригинальной продукции без согласия правообладателя, при этом не все закупки или поставки через третьи страны связаны с параллельным импортом, напоминает он. Часть из них легально ввозится даже с разрешения правообладателя. В случае если он не подавал заявление о включении товара в реестр объектов интеллектуальной собственности (ОИС) такая поставка не подпадает под понятие параллельного импорта.

«Сейчас самые разные сегменты экономики вынуждены перестраивать цепочки вследствие введенных санкционных ограничений и осуществлять закупки через третьи страны, в том числе и по параллельному импорту, — резюмирует г-н Григорьев. — Номенклатура доставляемых этими способами товаров чрезвычайно широка, начиная от бытовой электроники и товаров народного потребления до станков, сложного промышленного оборудования и целых производственных линий. В рамках параллельного

импорта разрешено ввозить товары, которые попадают в перечень приказа Минпромторга № 1532; а также отсутствуют в таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности или срок действия принятия мер истек (иными словами, правообладатель не стал продлевать регистрацию товарного знака)».

По словам эксперта, параллельный импорт вообще связан с целым рядом сложностей: это и отказ некоторых, даже китайских поставщиков работать с российскими покупателями, и необходимость иметь опыт в ВЭД для сбора и подготовки документов для корректного оформления грузов в условиях, когда таможенные органы вынуждены дополнительно отсчитывать контрафакт, и проблемы с оплатой товаров, поскольку не все российские банки имеют физическую возможность перевода средств в отдельные страны или в некоторых валютах. Кроме того, в условиях высокой турбулентности в логистике нужно тщательно отбирать логистического партнера. В итоге компании, которые оказывают сервис по доставке грузов по параллельному импорту или из недружественных стран, снимают с участников ВЭД эту головную боль, поскольку предоставляют все решения «под ключ». Число таких игроков, очевидно, будет расти и дальше, в том числе в третьих странах.

Назад в будущее

Пока же, по заявлениям зампреда комитета ГД по экономической политике **Станислава Наумова**, с дефицитом импортных товаров в РФ собираются бороться с помощью развития параллельного импорта, технической разведки (обратный инжиниринг) и инвестиций в собственные исследования. Стране вообще предстоит скорректировать привычное представление об импорте, которое сложилось тридцать лет назад, считают в Госдуме.

«Мелкооптовая, челночная, розничная торговля не может полноценно заменить оптовое звено, — убежден Александр Бражко. — На непродолжительный период, чтобы удержать рыночную долю, оптовик пойдет на временные схемы. Но на освободившееся место обязательно придут новые игроки и бренды, которые смогут вести деятельность без риска санкционного давления. Отладив работу на российском рынке, компании выходят на производителей в других странах, минуя посредников. Однако отечественная практика, к сожалению, показывает, что часть игроков в итоге начинает расчищать витрину под товары с собственными торговыми марками, убирая продукцию с лучшим качеством и с более низкой ценой». ■