

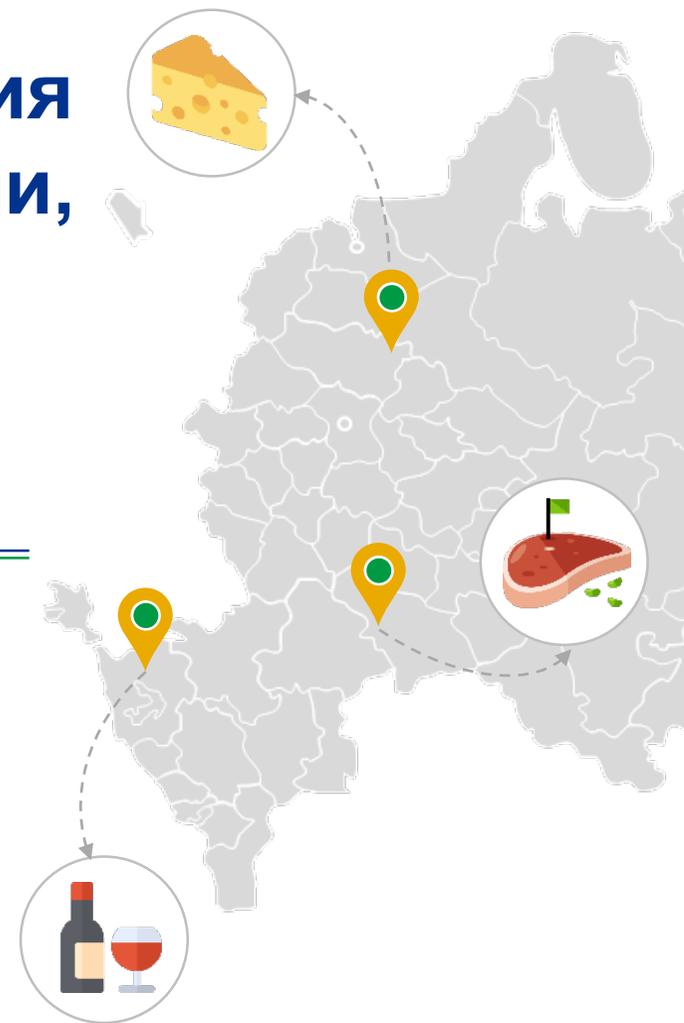
Проект Концепции продвижения и поддержки сельхозпродукции, продуктов питания и напитков с наименованием места происхождения товара (НМПТ)

Предварительные выводы

—

г. Москва

Июль 2017 г.



Ключевые выводы



Прогнозируемый экономический эффект производства и реализации российской сельхозпродукции, продуктов питания и напитков с НМПТ на внутреннем и внешнем рынках **составит не менее 500 млрд рублей до 2025 года**



Для получения целевого эффекта **необходима реализация ряда нормотворческих и организационных инициатив**, направленных на внедрение лучших мировых практик в производстве и продажах продукции с географическим индикатором в российские правовые, институциональные и экономические условия



Реализация необходимых инициатив потребует **формирования государственного института развития** по производству и продвижению на рынки сельхозпродукции и продовольствия с НМПТ

Содержание

1	Предпосылки развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	3
2	Эффект от развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	12
3	Состояние рынка НМПТ в России	22
4	Целевая система развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	25
5	Дорожная карта по достижению целевых показателей	34

Рост экспорта, замещение импорта и устойчивое развитие агросектора – ключевые задачи Правительства России

Ключевые задачи Правительства РФ в развитии агросектора

Задачи устойчивого развития в рамках Программы развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы^(а)



 Помимо достижения количественных целей, в развитии АПК необходимо учитывать такие качественные критерии роста, как поддержка МСП, развитие села, сохранение традиций и культурных ценностей

Примечание: Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг., утвержденная Правительством РФ от 14.07.2012 г. №717, анализ Рабочей группы

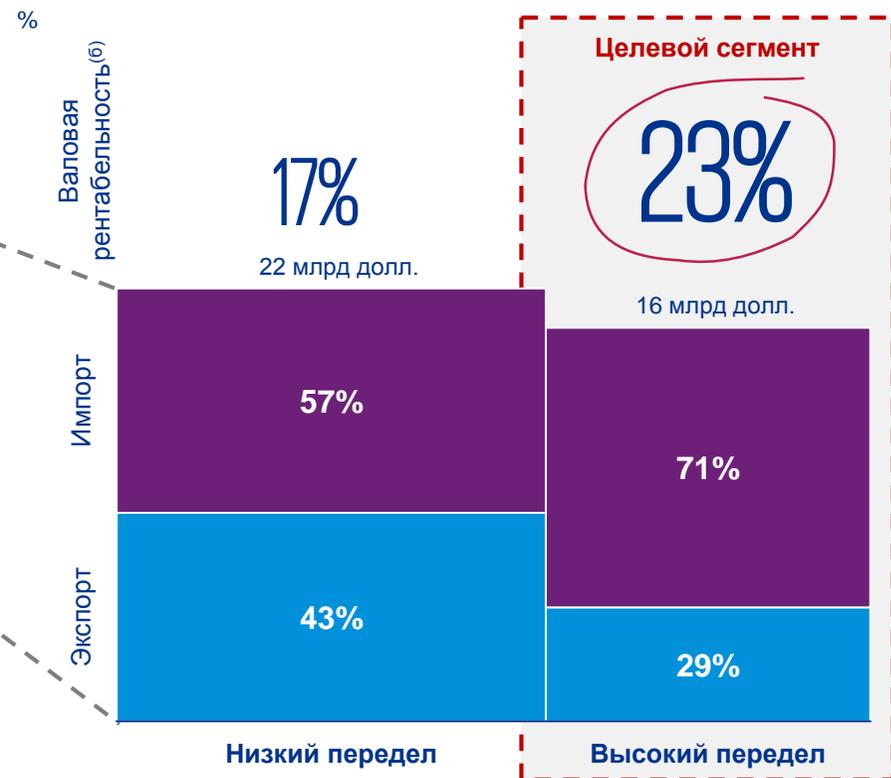
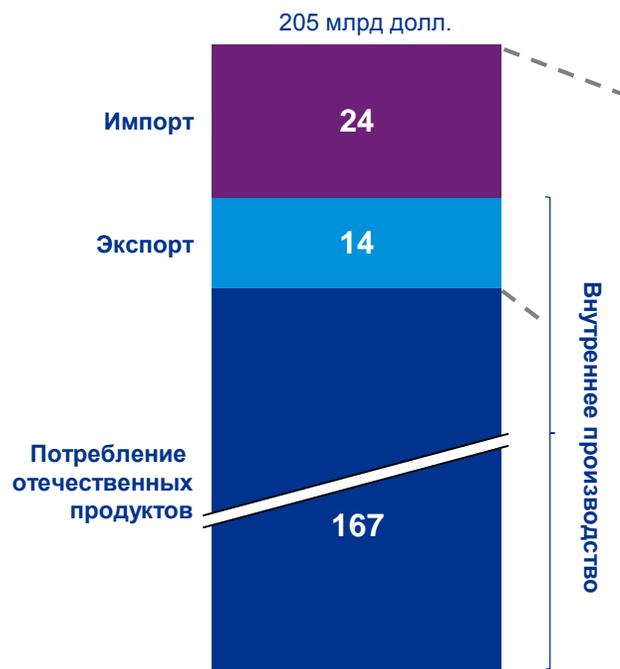
Эти задачи предполагают рост конкурентоспособности продуктов с высокой добавленной стоимостью

Производственный баланс в сфере продукции АПК^(а)

Структура внешней торговли с/х продукцией, продуктами питания и напитками^(б)

2015, млрд. долл. США

%



Усилия по росту конкурентоспособности российских товаров должны быть сфокусированы на продукции высокой степени переработки как более маржинальной по сравнению с товарами низких переделов

Примечание: (а) данные по импорту и экспорту с UN Comtrade (коды ТН ВЭД 01-22); потребление отечественных продуктов рассчитано как разница между производством и экспортом; производство рассчитано как сумма производства с/х продукции (данные ФСГС) и производства продуктов питания (рассчитано как разница потребления продуктов питания по данным ФСГС и чистого импорта продуктов питания, по данным UN Comtrade, коды ТН ВЭД 15-22)

(б) продукция была разделена на высокий и низкий передел оценочно на основе кодов ТН ВЭД; для расчета валовой рентабельности были определены компании с ненулевой выручкой за 2015 год по СПАРК по 3-м кодам ОКВЭД (животноводство, выращивание однолетних растений, выращивание многолетних растений) для компаний низкого передела, и по 2-м кодам ОКВЭД (производство продуктов питания и напитков) для компаний высокого передела, после чего была определена средневзвешенная рентабельность по каждой группе компаний

Источник: ФСГС, UN Comtrade, СПАРК, анализ Рабочей группы

Для достижения этих целей необходимо расширить поддержку на маркетинг и продвижение продукции

Основные инструменты повышения конкурентоспособности продукции, в том числе практика их использования в ЕС и РФ



В отличие от стран Европейского союза, в России в настоящий момент отсутствуют системные механизмы поддержки маркетинга с/х товаров, напитков и продуктов питания

Источники:

*Государственная программа Российской Федерации "Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы"

**European Commission. Agricultural and Rural Development. Multiannual Financial Framework 2014-2020 and the financing of the CAP

***European Commission. Agricultural and Rural Development. Promotion of EU farm products

Задачи устойчивого развития делают целесообразным фокус поддержки на объединениях производителей

Уровни государственной поддержки с/х производителей

Действующая государственная поддержка				Эффект на устойчивое развитие			
Целевая аудитория	Значимость бюджетного эффекта	Обеспечение прод. безопасности	Экспорт	Улучшение демографии на селе	Повышение уровня жизни на селе	Улучшение сельской инфраструктуры	Сохранение традиций
Частный уровень государственной поддержки							
 Крупные частные компании	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Групповой уровень государственной поддержки							
 Объединения небольших производителей	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Страновой уровень государственной поддержки							
 Все российские производители	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗



В то время как бюджетный эффект от поддержки крупных производителей выше, поддержка объединений небольших производителей в максимально возможной степени способствует устойчивому развитию АПК

Примечание: (а) в соответствии с Программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы
Источник: анализ Рабочей группы

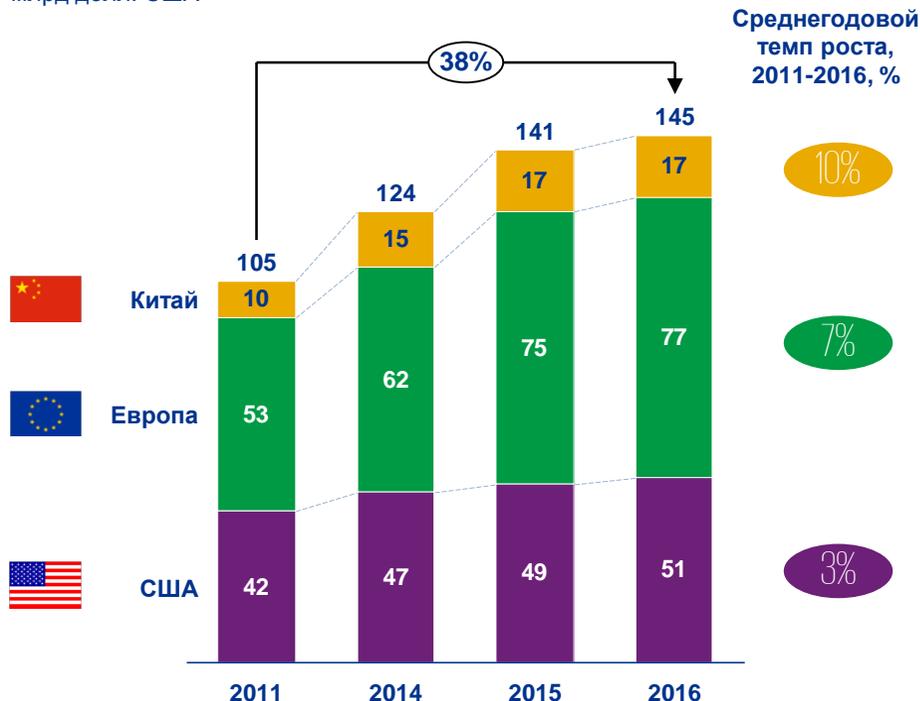
НМПТ является эффективной базой для повышения продаж продукции высокой степени переработки

Составляющие Географического индикатора
(аналог наименования места производства товаров – НМПТ)



Ключевые рынки GI активно развиваются

млрд долл. США



Продукция с географическим индикатором (ГИ) – продукты с уникальными характеристиками, присущими месту производства и его особенностям, которые отличают этот продукт от прочих аналогов

Источники: European Commission, EIU, MCX РФ, анализ Рабочей группы

Продукция с географическим индикатором (НМПТ) получила широкое распространение по всему миру

Сыр Пармиджано Реджано



Италия

Традиции производства

- Первая запись о сыре Пармезан восходит к 1200 году
- Производство сыра полностью происходит в горных областях 5 регионов Италии (производство кормов, молока и т.д.)

Органолептика

- Ломкая текстура, сыр крошится при нарезке
- Нежный вкус с пикантным послевкусием



Чай Дарджилинг



Индия

Традиции производства

- Чай выращивается в Гималаях, плантации находятся на высоте 750 - 2 000 метров над уровнем моря
- Ежегодно производится более 10 тыс. тонн чая, из которых 70% экспортируется

Органолептика

- Светлый напиток с утончённым мускатным, слегка терпким вкусом и цветочным ароматом



Бордо (вина)



Франция

Традиции производства

- Первые свидетельства виноградников Бордо восходят к середине первого века
- Виноградники Бордо занимают площадь 113 000 Га и являются одной из самых обширных зон производства вин во Франции

Органолептика

- Благодаря разнообразию терруаров в Бордо производят различные сорта вин с уникальным вкусом и букетом



Персики Пингу



Китай

Традиции производства

- Персики выращиваются в округе Пингу на протяжении нескольких тысячелетий
- Вкусовая идентичность достигается за счет сочетания песчаных почв, горного рельефа и перепада температур

Органолептика

- Персики Пингу отличает цвет, уникальный сладкий вкус и большой размер



 Вне зависимости от страны происхождения, успешные продукты с географическими индикаторами основываются на особенностях региона (терруаре) и локальных традициях производства

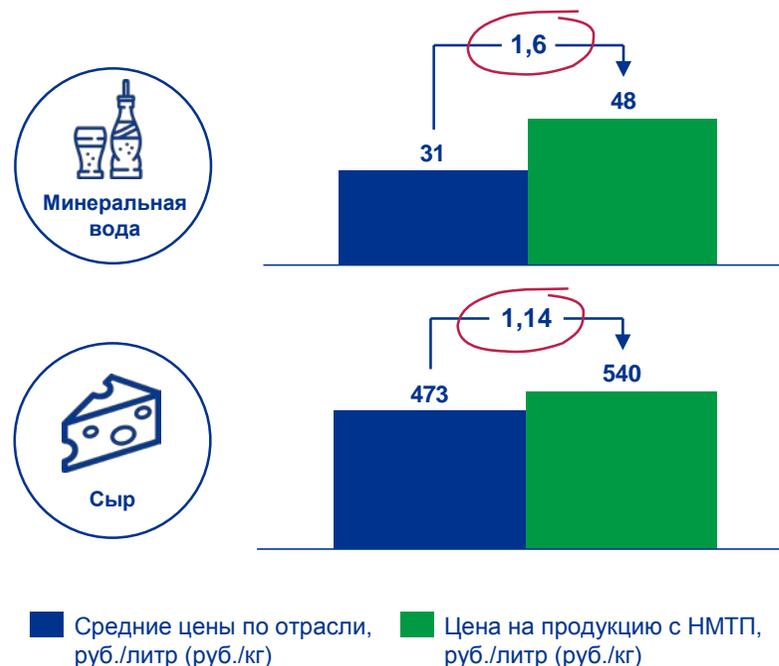
Источник: Annual report of the Indian Tea Board, данные открытых источников, анализ Рабочей группы

Потребители готовы платить за продукты с НМПТ премию к рынку...

 Коэффициент премиальной стоимости^(а)



 Коэффициент премиальной стоимости^(б)



 **Продукция с НМПТ в России дороже аналогичной продукции без НМПТ, но наценка за НМПТ ниже в сравнении со странами Европейского Союза, что говорит о низком уровне развития рынка НМПТ в РФ**

Примечания: (а) Коэффициент премиальной стоимости = $\Sigma (\text{ГИ объем} * \text{ГИ стоимость}) / \Sigma (\text{ГИ объем} * \text{не ГИ стоимость})$ (б) использовались данные по стоимости сыра «Адыгейский» и минеральной воды «Ессентуки», после чего стоимости были сопоставлены со средними по рынку в соответствующих продуктовых позициях (по данным ФСГС)

Источники: ФСГС, European Commission, AND-International, wine-searcher.com, МСХ РФ, СПАРК, данные открытых источников, анализ Рабочей группы

...что отражает их высокие потребительские свойства



Продукты питания с НМПТ обладают характеристиками, соответствующими повышенным требованиям со стороны потребителей

Источники: Данные открытых источников, анализ Рабочей группы

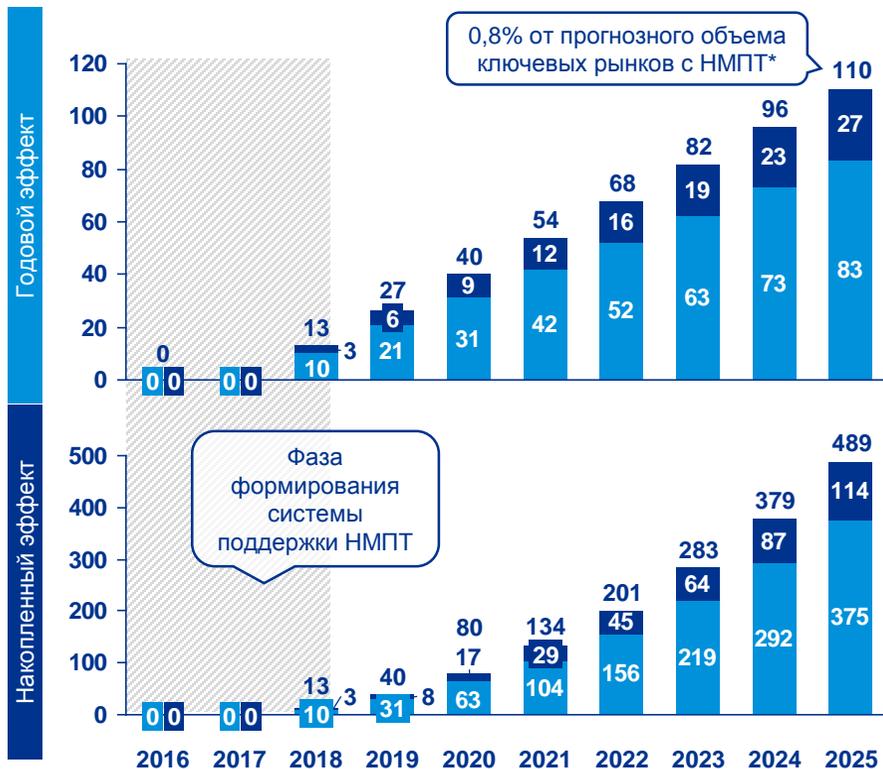
Содержание

1	Предпосылки развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	3
2	Эффект от развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	12
3	Состояние рынка НМПТ в России	22
4	Целевая система развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	25
5	Дорожная карта по достижению целевых показателей	34

В случае реализации проекта Концепции продажи продукции с НМПТ в РФ составят 110 млрд руб. в 2025 г.

Импорт Экспорт

Количественный эффект от реализации Концепции



Качественный эффект от реализации Концепции



Рост количества экспортеров и их региональная диверсификация



Открытие новых рынков для продукции АПК



Повышение продовольственной безопасности



Поддержка села и малых форм предпринимательства, развитие с/х кооперации

■ Эффект от экспорта, млрд руб.
■ Эффект от импортозамещения, млрд руб.



Около 77% кумулятивного эффекта от внедрения системы поддержки производителей продукции с НМПТ придется на импортозамещение

Источник: UN ComTrade; СПАРК-интерфакс; Роспатент; анализ Рабочей группы.

*Прогноз основан на допущении о неизменном росте ключевых рынков продукции с GI, близком к линейному, вплоть до 2025 года и неизменности курса доллара к рублю

Объем замещенного импорта российской продукцией с НМПТ составит 83 млрд рублей в 2025 году

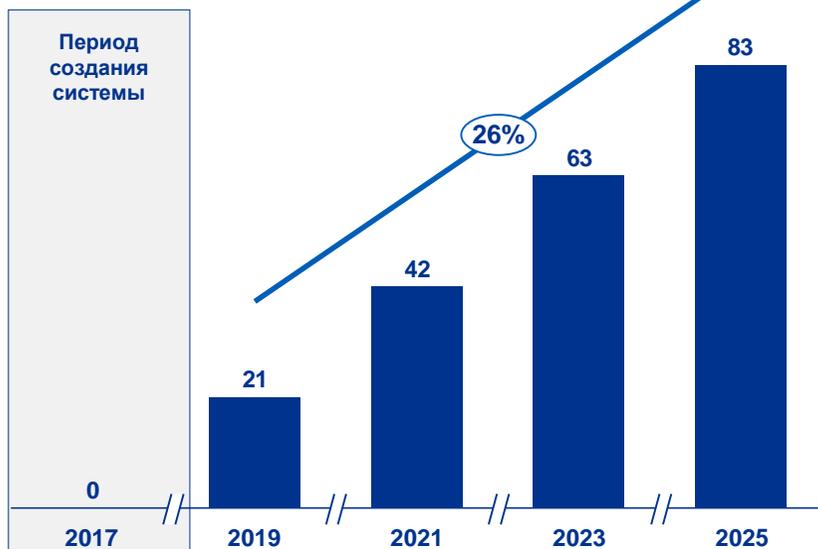
Импорт Экспорт

Эффект от совершенствования системы НМПТ в России



Количественный

Объем замещенной импортной продукции за счет развития системы НМПТ в России, млрд рублей



Качественный



Повышение продовольственной безопасности за счет снижения импорта продукции АПК высокой степени переработки



Рост качества производимой в России продукции за счет повышения развития внутренней конкуренции



Формирование системы контроля качества продукции за счет развития объединений производителей



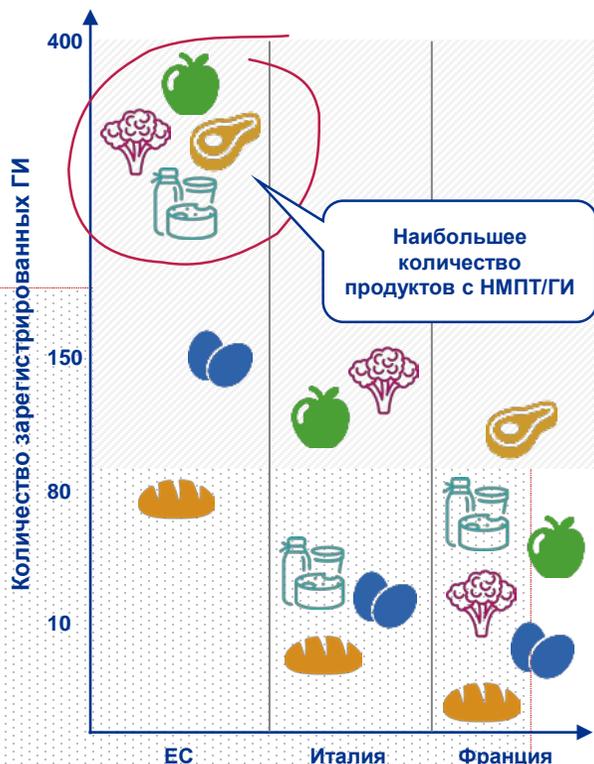
Улучшение социально-экономического положения жителей сельских территорий (развитие села)

Источники: UN Comtrade, OECD Stat, EIU, данные открытых источников, анализ Рабочей группы.

Методика расчета прогнозного эффекта замещения импорта в России: 1. На основе данных об объеме импорта на территории РФ за 2015 год (UN ComTrade) и прогнозных значений роста импорта основных товарных позиций (OECD Stat) вычисляются абсолютные значения показателя "импорт продукции АПК в РФ" (imp) на 2018-2025 гг (t); 2. В соответствии с экспертной оценкой (<http://qje.su/agranaya-ekonomika/perspektivy-importozameshheniya-v-agropromyshlennom-komplekse-rossii/>), значение доли незаменимого импорта (K_{irr}) принимается за 50%; 3. Согласно анализу структуры потребления сельхозпродукции, продуктов питания и напитков с и без НМПТ в Италии (European Commission data) и допущениям о схожести потребительских предпочтений в России и Италии, а также о схожести структуры продовольственного импорта и потребления определена целевая доля импорта продукции, которая может быть замещена продукцией с НМПТ отечественного производства к 2025 году: $r=10\%$; 4. Прогнозируемое значение "Объем замещенной импортной продукции за счет развития системы НМПТ в России" рассчитывается на основе полученных в п.1, п.2 и п.3 данных как: $Imp_{t, replaced} = Imp_t * K_{irr} * r / (2025 - t)$.

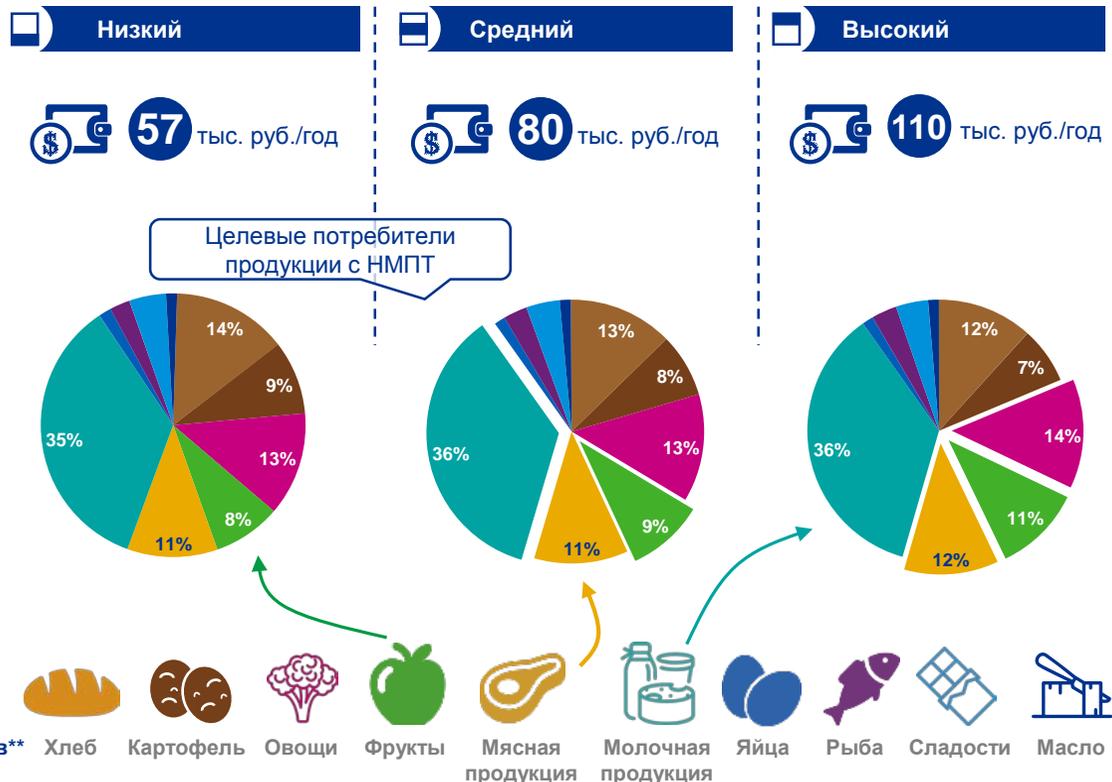
Целевой сегмент продукции с НМПТ на внутреннем рынке – домохозяйства со средними и высокими доходами

Количество ГИ продуктов питания в ЕС, Италии и Франции



Структура потребления продуктов питания* по уровням дохода в РФ

Импорт Экспорт



При увеличении доходов домохозяйств растет потребление категорий продуктов питания с НМПТ

Источники: Росстат, European Commission DOOR database, анализ Рабочей группы.

Примечания: *При расчете структуры потребления российские домохозяйства были поделены на 3 равные группы (с низким, средним и высоким уровнями дохода) следующим образом:

- 1) с помощью данных по децильным группам по каждому из значений продуктовых категорий вычислена скользящая средняя, получены 9 групп;
- 2) 9 групп разделены на 3, в каждой найдено среднее арифметическое. % посчитана от потребления кг в год
- 3) ** – в таблице приведены значения эластичности спроса по доходу

Ключевые потребительские тренды в РФ благоприятны для развития производства продукции с НМПТ

Импорт Экспорт



Переход на здоровое питание

- Рост потребления натуральных продуктов
- Появление магазинов «фермерских продуктов»
- Снижение спроса на фастфуд
- Повышение культуры потребления алкоголя (рост потребления вина)



Развитие интернет-торговли

- 88% российских потребителей с доступом к Интернету хотя бы единожды совершали покупку онлайн
- Усиливается роль Интернета в продвижении товаров и продуктов питания



Потребительский патриотизм

- Геополитический фон переориентировал потребителей на отечественные продукты питания
- Большинство россиян предпочитает отечественные продукты импортным
- 39% россиян считают, что отечественные продукты качественнее импортных



Готовность платить за качество

- Наивысшая готовность переплачивать за натуральные продукты зафиксирована среди поколения миллениумов
- Наблюдается рост доли считающих, что органические продукты должны стоить дороже

Влияние на потребительский спрос на продукты с НМПТ

Большинство продуктов с НМПТ относится к “здоровым” продуктам

Продукты с высокой добавленной стоимостью эффективно продвигаются в интернет-пространстве

Патриотизм позволяет российским продуктам с НМПТ успешно конкурировать с зарубежными аналогами

Лояльность молодежи формирует спрос на продукты высокого качества, в т.ч. с НМПТ

 Потребительские тренды внутреннего рынка России формируют комплекс предпосылок для форсированного развития производства и продвижения продуктов с НМПТ и, как следствие, ускорения импортозамещения

Российский рынок продукции с НМПТ находится на стадии становления

Импорт Экспорт

Количество действующих в России НМПТ

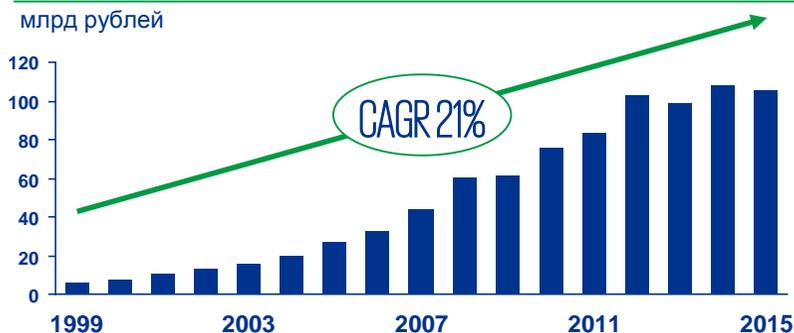


Напитки являются наиболее популярным объектом НМПТ

кол-во производителей, НМПТ и их совокупный оборот, 2015



Выручка производителей продуктов с НМПТ растет с CAGR 21%



Примеры ведущих продуктов с НМПТ



Несмотря на рост количества зарегистрированных НМПТ, рынок продуктов с НМПТ в России в настоящее время значительно уступает по масштабу своим европейским аналогам

Примечание: указано количество действовавших НМПТ на июнь 2017 года
Источник: Роспатент, СПАРК, анализ Рабочей группы

Реализация проекта Концепции позволит увеличить экспорт продукции РФ с НМПТ до 27 млрд рублей в 2025 г.

Импорт Экспорт

Эффект от совершенствования системы НМПТ в России



Количественный

Объем дополнительного экспорта за счет совершенствования системы НМПТ в России, млрд рублей



- Кумулятивный эффект в 2017-2025 гг. составит 114 млрд руб.
- Прогнозируется, что доля экспорта НМПТ в 2025 г. составит 1,8% от общего объема российского экспорта
- 2017-2018гг. – этапы формирования системы государственной поддержки НМПТ



Качественный



Диверсификация российского экспорта, увеличение объемов экспорта продукции высоких переделов



Повышение узнаваемости российских товаров, в том числе продукции с НМПТ, за рубежом



Содействие формированию положительного имиджа страны и бренда «Made in Russia»



Увеличение количества экспортеров продукции российского АПК

Примечание: Методика расчета эффекта: 1. Определение прогноза экспорта продукции АПК РФ на период до 2025 года на основе Постановления Правительства РФ от 14 июля 2012 г.; 2. Определение текущего объема экспорта продукции с НМПТ Российского АПК (733 тыс. руб.) на основе оборота компаний-производителей продукции с НМПТ, доли продукции с НМПТ в обороте компаний и доли экспорта в обороте продукции с НМПТ 3. Определение целевой доли продукции с НМПТ в экспорте на основе доли продукции с GI в экспорте Италии на 2015 год (4,2%) (доля была уменьшена в 5 раз из-за менее долгосрочной истории НМПТ в России на момент ввода регистрации) 4. Прогноз объема экспорта продукции с НМПТ к 2036 году (к этому году пройдет одинаковое количество времени с момента запуска системы НМПТ в РФ в 2017 году и с момента запуска системы в Италии в 1996 году до 2015 года), при условии равномерного увеличения доли 5. Определение эффекта как разницы между экспортом при достижении целевой доли и экспортом при сохранении текущей доли НМПТ в экспорте

Источники: UN Comtrade, OECD Stat, EIU, данные открытых источников, анализ Рабочей группы

Поддержка продукции с НМПТ дополняет программу по увеличению добавленной стоимости экспорта АПК



Импорт



Экспорт

Сценарии роста экспорта АПК

Среднегодовые темпы роста (CAGR), %



Инструменты интенсификации роста



Увеличение добавленной стоимости отечественной экспортируемой продукции – совершенствование системы НМПТ



Снятие существующих барьеров (административных, технических, санитарных и пр.) в доступе на зарубежные рынки



Содействие формирования конкурентных преимуществ в процессе производства



Меры по стимулированию производства и выпуска в оборот с/х сырья и продовольствия только конкурентного на внешних рынках



– положительное влияние от создания системы поддержки производителей продукции с НМПТ

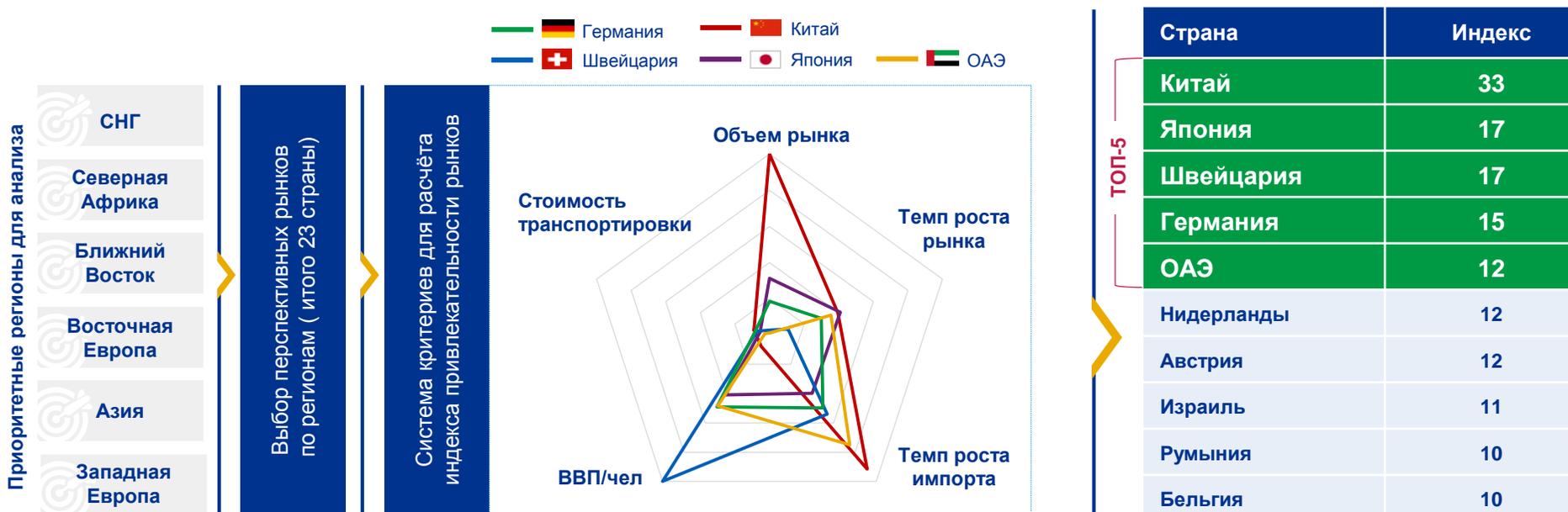


Формирование системы государственной поддержки производства продукции с НМПТ содействует реализации интенсивного сценария роста экспорта агросектора России

Примечание: Базовый сценарий был определен на основе прогноза роста экспорта продукции АПК МСХ РФ, консервативный сценарий предполагает 10% дисконт от базового, интенсивный сценарий роста основан на публичных заявлениях руководителей МСХ РФ
Источники: FAO, Росстат, Доктрина продовольственной безопасности РФ, МСХ РФ, анализ Рабочей группы

Перспективные рынки сбыта включают как страны АТР, так и Ближний Восток и страны Европейского союза

Расчет индекса привлекательности целевых рынков сбыта



Методика расчета Индекса привлекательности: 1) Первичный отбор наиболее перспективных стран по каждому из запрашиваемых регионов (СНГ, Северная Африка, Ближний Восток, Восточная Европа, Западная Европа, Азия) сначала путем отсека 30% стран с наименьшим показателем ВВП на душу населения за 2016 год, далее – выбора из региональных списков установленного количества стран с наибольшим показателем “Численность населения”; 2) Формирование общего списка полученных в п. 1 стран, определение набора факторов, влияющих на общую привлекательность рынка для российских производителей АПК: Объем рынка продукции АПК (совокупное потребление), темп роста рынка продукции АПК (динамика изменения совокупного потребления), ВВП на душу населения, темпы роста импорта продукции АПК, стоимость транспортировки 20 фут. контейнера с коэффициентами существенности (Тj) 0.5, 0.1, 0.25, 0.1, 0.05 соответственно; 3) Подсчет промежуточных значений коэффициентов каждого из факторов: $J_i = (K_j / K_{max}) * I_{max}$, где K_j – абсолютное значение фактора, K_{max} – максимальное значение фактора среди всех стран, I_{max} – максимальное значение индекса привлекательности по критерию (выбранное максимальное значение равняется 50); 4) Присвоение индекса привлекательности для каждой из стран (с) по каждому из факторов (j) с учетом существенности: $I_{cj} = (J_j - J_{min}) / (J_{max} - J_{min}) * I_{max} * T_j$; 5) Конечное значение индекса привлекательности страны подсчитывается путем вычисления суммы пяти факторных значений (п.4): $I_c = \sum I_{cj}$. Из индекса был убрана Белоруссия в силу единого таможенного пространства с РФ

Источники: Economist Intelligence Unit (www.data.eiu.com Consumer expenditure: Food, beverages & tobacco, GDP per head), BMI Research (Исследование: Belarus Food & Drink Report Q1 2017, Tunisia : Belarus Food & Drink Report Q1 2017), UN Comtrade (www.comtrade.un.org/data Импорт по выбранным странам), www.freightos.com/portfolio-items/freight-rate-calculator-free-tool, данные открытых источников, анализ Рабочей группы

Уже сегодня российские производители могут экспортировать продукцию с НМПТ в выбранные страны

Импорт Экспорт

Объем экспорта из РФ и рост этого показателя по отдельным товарам*

Комментарии



Приоритетными товарными позициями для экспорта в качестве продукции с НМПТ в выбранные страны являются:

-  Морепродукты
-  Кондитерские изделия
-  Мёд
-  Готовая продукция из рыбы

 По некоторым позициям добавленная стоимость экспорта может быть увеличена в случае реализации проекта Концепции уже в краткосрочной перспективе

*Целевые рынки и товарные категории определяются следующим образом: 1. По данным UN Comtrade за 2015 год выделяются товарные категории, занимающие более 0,8% продовольственного экспорта из РФ 2. Определяются страны, на которые приходится этот экспорт (п.1) 3. Подсчитывается совокупный импорт данных категорий (п.1) выбранных стран (п.2).

Источник: UN Comtrade, анализ Рабочей группы

Содержание

1	Предпосылки развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	3
2	Эффект от развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	12
3	Состояние рынка НМПТ в России	22
4	Целевая система развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	25
5	Дорожная карта по достижению целевых показателей	34

Действующий подход к развитию НМПТ не направлен на повышение качества продукции и ее продвижение

Периметр регулирования оборота продукции с НМПТ



Источник: Роспатент, МСХ РФ, Минздрав, Минпромторг, анализ Рабочей группы

Барьеры для развития ГИ в мире

-  **Низкая инициативность компаний (особенно МСП)**
При отсутствии экономического интереса со стороны потенциальных производителей невозможно развитие системы
-  **Злоупотребление ГИ и нарушение прав ИС**
В некоторых развивающихся странах совокупные официальные продажи товаров с ГИ превышают совокупное производство товаров с ГИ
-  **Недостатки в защите прав правообладателей**
Из-за ограниченности полномочий основные субъекты системы ГИ не могут в полной мере оперативно воздействовать на институт и осуществлять надзор
-  **Неиспользование современных инструментов продвижения**
Множество производителей продукции, пригодной для регистрации в качестве продукции с ГИ, не используют новые технологии для продвижения (например, Интернет)
-  **Противодействие изменениям со стороны производителей**
Значительная часть производителей считает, что усиление правового регулирования в сфере ИС может усложнить уже сложившиеся схемы ведения бизнеса

Производители продуктов с НМПТ в РФ не используют доступные инструменты организации и развития бизнеса

Тип фактора	Ключевые факторы успеха	Пример продуктов с НМПТ		
		Башкирский мед	Эссенцуки	Вологодское масло
 <p>Организация бизнеса</p>	1. Эффективная защита от контрафакта	●	●	●
	2. Внутренний контроль качества	●	●	●
	3. Прослеживаемость цепочки производства	●	●	●
 <p>Маркетинг и продажи</p>	1. Маркетингование уникальных характеристик продукта	●	●	●
	2. Долгосрочные инвестиции времени и ресурсов в разработку и продвижение продукта	●	●	●
	3. Сильный и аутентичный бренд	●	●	●
	4. Перманентное коллективное продвижение	●	●	●
 <p>Государственная поддержка экспорта</p>	1. Обучение производителей ведению бизнеса	●	●	●
	2. Финансовая поддержка при запуске производства	●	●	●
	3. Государственная защита от контрафакта на внутреннем и внешнем рынках	●	●	●
 <p>Кооперация производителей</p>	1. Эффективная самоорганизация производителей	●	●	●
	2. Равноправное участие производителей в управлении производством и продвижением	●	●	●

Наименее развитый блок инструментов

● Фактор используется
 ● Фактор используется не полностью
 ● Фактор не используется/ нет информации

Наиболее перспективными факторами успеха для развития отечественных производителей продукции с НМПТ являются государственная поддержка и самоорганизация производителей

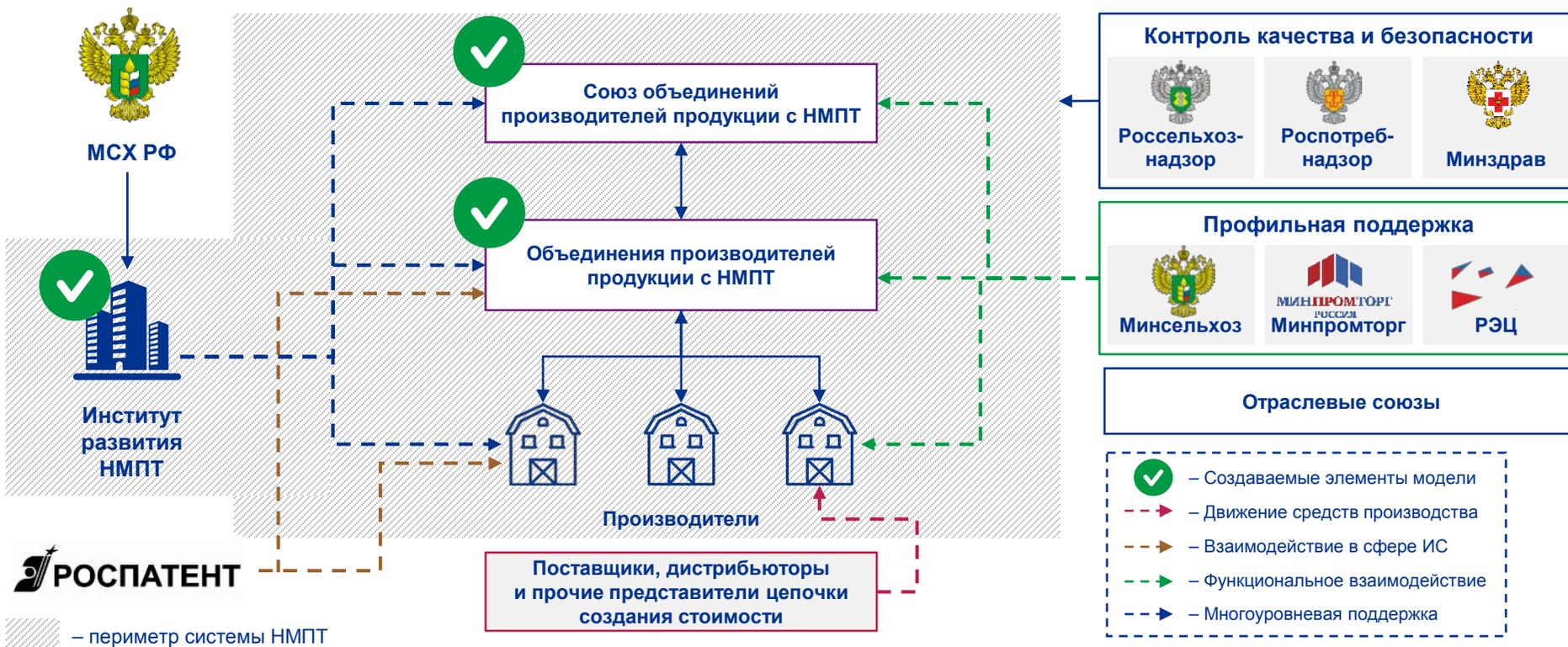
Источники: данные открытых источников, анализ Рабочей группы

Содержание

1	Предпосылки развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	3
2	Эффект от развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	12
3	Состояние рынка НМПТ в России	22
4	Целевая система развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	25
5	Дорожная карта по достижению целевых показателей	34

Целевая модель поддержки предполагает создание Института развития и комплекса объединений производителей по продукту с НМПТ

Целевая модель



Целевая модель поддержки производителей НМПТ основывается на ведущем зарубежном опыте, адаптированном под специфику российского агропромышленного сектора

Источники: анализ Рабочей группы.

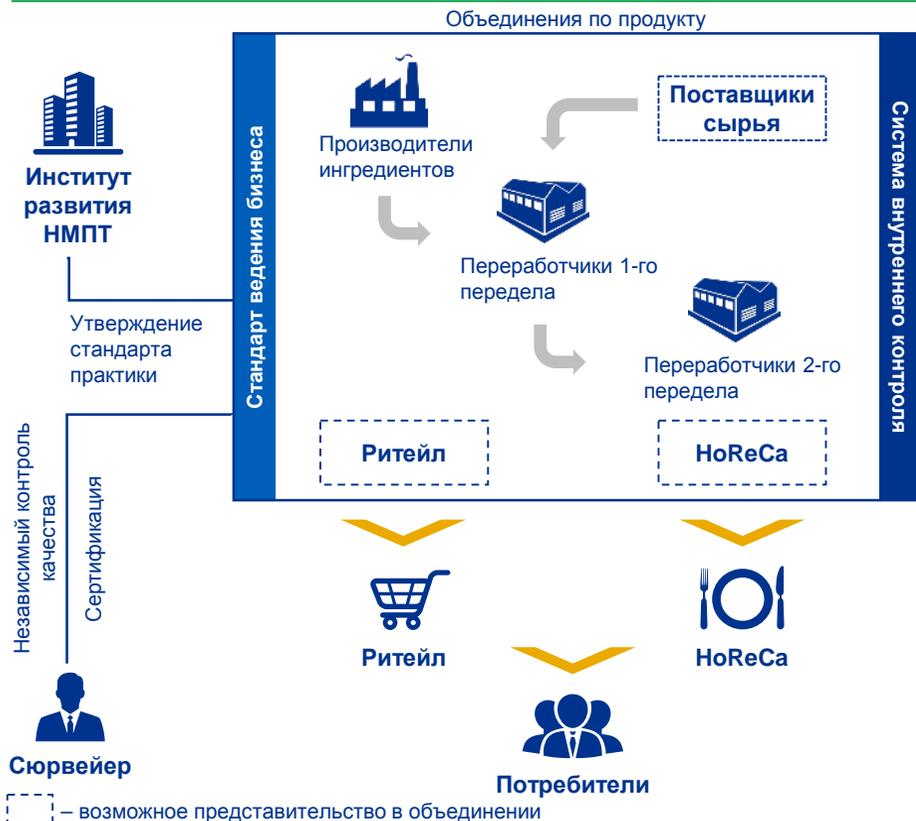
Институт развития нацелен на рост производства и продаж отечественной продукции с НМПТ



Международный опыт указывает на необходимость создания института развития как координатора агентов рынка, прочих заинтересованных стороны, а также исключения дублирования функций органов госуправления

Объединение по продукту обеспечивает коллективность действий по производству и продвижению продукции

Взаимодействие объединения, института развития и рынка



Функции производственных объединений

Разработка стандартов и регламентов

- Разработка стандартов ведения практики и производства
- Внедрение и управление системой внутренних контролей
- Разрешение конфликтов и арбитраж
- Демаркация географии производства

Обеспечение производства

- Техническая поддержка производственных процессов
- Обучение производителей и повышение квалификации
- Внедрение инноваций в производственный процесс

Маркетинговая поддержка

- Разработка и проведение коллективных маркетинговых кампаний
- Обеспечение баланса маржинальности по цепи добавленной стоимости
- Разработка, продвижение и актуализация бренда
- Анализ рынков, оптимизация продаж
- Поддержка индивидуальных маркетинговых кампаний производителей

Защита интересов

- Противодействие контрафакту
- GR с ФОИВ и РОИВ
- Предоставление площадки для обсуждения проблем и рисков деятельности
- Обеспечение учета всех позиций при управлении производством продукта, обеспечение высокого доверия между участниками

Принципом формирования объединения по продукту является учёт интересов всех производителей по цепочке добавленной стоимости продукции с НМПТ, а также их равноправное участие в управлении

Высокое качество продукции с НМПТ обеспечивается как на уровне государства, так и на уровне объединений

Взаимодействие бизнеса и государства по обеспечению и контролю за качеством



Источник: результаты исследований Рабочей группы

Синергия коллективного и индивидуального маркетинга – ключевой фактор успеха продвижения продукции с НМПТ

Уровни разработки и реализации маркетинговой стратегии



 **Проект Концепции развития производства и продаж продукции с НМПТ предполагает создание необходимых условий для эффективного совмещения индивидуального и коллективного маркетинга**

Источник: результаты исследований Рабочей группы

Задачи целевой системы развития будут распределены между участниками в соответствии с их компетенциями

Блоки функций	 Министерство сельского хозяйства РФ	 Институт развития НМПТ	 Роспатент	 Роспотребнадзор	 Россельхознадзор	 Российский Экспортный Центр	 Союз объединений НМПТ	 Объединение производителей НМПТ	 Минпромторг
 Координация взаимодействия		✓					✓		
 Финансовая поддержка	✓	✓				✓			✓
 Нефинансовая поддержка	✓	✓				✓			✓
 Нормативно-правовое обеспечение и регулирование	✓	✓			✓				✓
 Контроль качества и безопасность		✓		✓	✓			✓	
 Регистрация и учет		✓	✓						

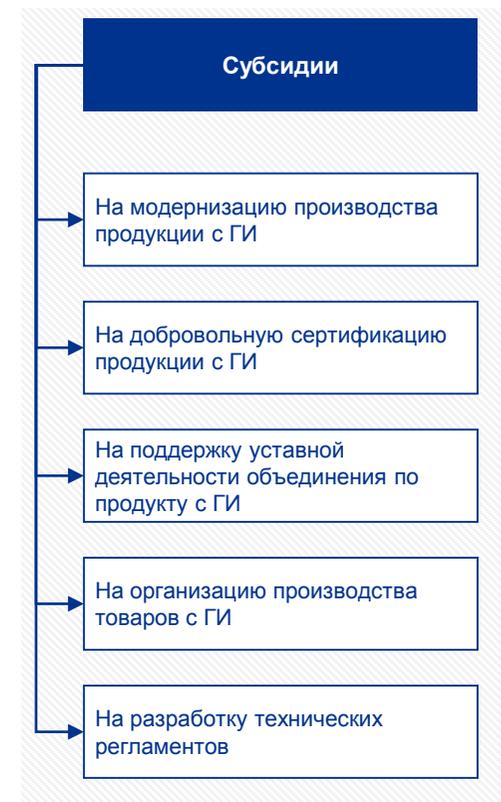
Источник: Данные МСХ РФ, анализ Рабочей группы

Государственная монетарная поддержка – необходимый компонент развития рынка продукции с НМПТ в России

Механизмы существующей государственной монетарной поддержки



Опыт дополнительной поддержки GI в ЕС на примере субсидий



Для достижения целевых показателей система бюджетной поддержки производителей товаров с НМПТ должна включать в себя механизмы субсидирования, прямого и косвенного финансирования

Примечание: (а) Министерство сельского хозяйства РФ, (б) Россельхознадзор, (в) Институт развития НМПТ, (г) Роспотребнадзор (д) Российский Экспортный Центр (е) Союзы кооперативов НМПТ (ж) Кооперативы производителей НМПТ (з) Минпромторг (и) Роспатент
Источники: анализ Рабочей группы

Описание предлагаемых КПЭ

КПЭ	Значения КПЭ				Ответственный, соисполнитель
	2019	2021	2023	2025	
1 Создание института развития НМПТ в России		Создание института развития в срок до 01.01.2019			<ul style="list-style-type: none"> Правительство РФ Минсельхоз
2 Объем производства продукции с НМПТ на территории РФ (млрд руб. *)	28	55	83	111	<ul style="list-style-type: none"> Институт развития
3 Объем экспорта продукции с НМПТ (млрд руб. *)	7	13	20	28	<ul style="list-style-type: none"> Институт развития РЭЦ
4 Количество зарегистрированных НМПТ (шт.)	113	146	184	213	<ul style="list-style-type: none"> Роспатент Институт развития
5 Количество зарегистрированных объединений по продукту (шт.)	114	147	185	214	<ul style="list-style-type: none"> Институт развития
6 Количество производителей продукции с НМПТ на одно зарегистрированное НМПТ	5,7	8,4	11,1	15,0	<ul style="list-style-type: none"> Институт развития
7 Разработка и утверждение нормативно-правовых актов, необходимых для развития системы НМПТ		Принятие НПА, регулирующих оборот продукции с НМПТ в срок до 01.01.2019			<ul style="list-style-type: none"> Минсельхоз Роспатент

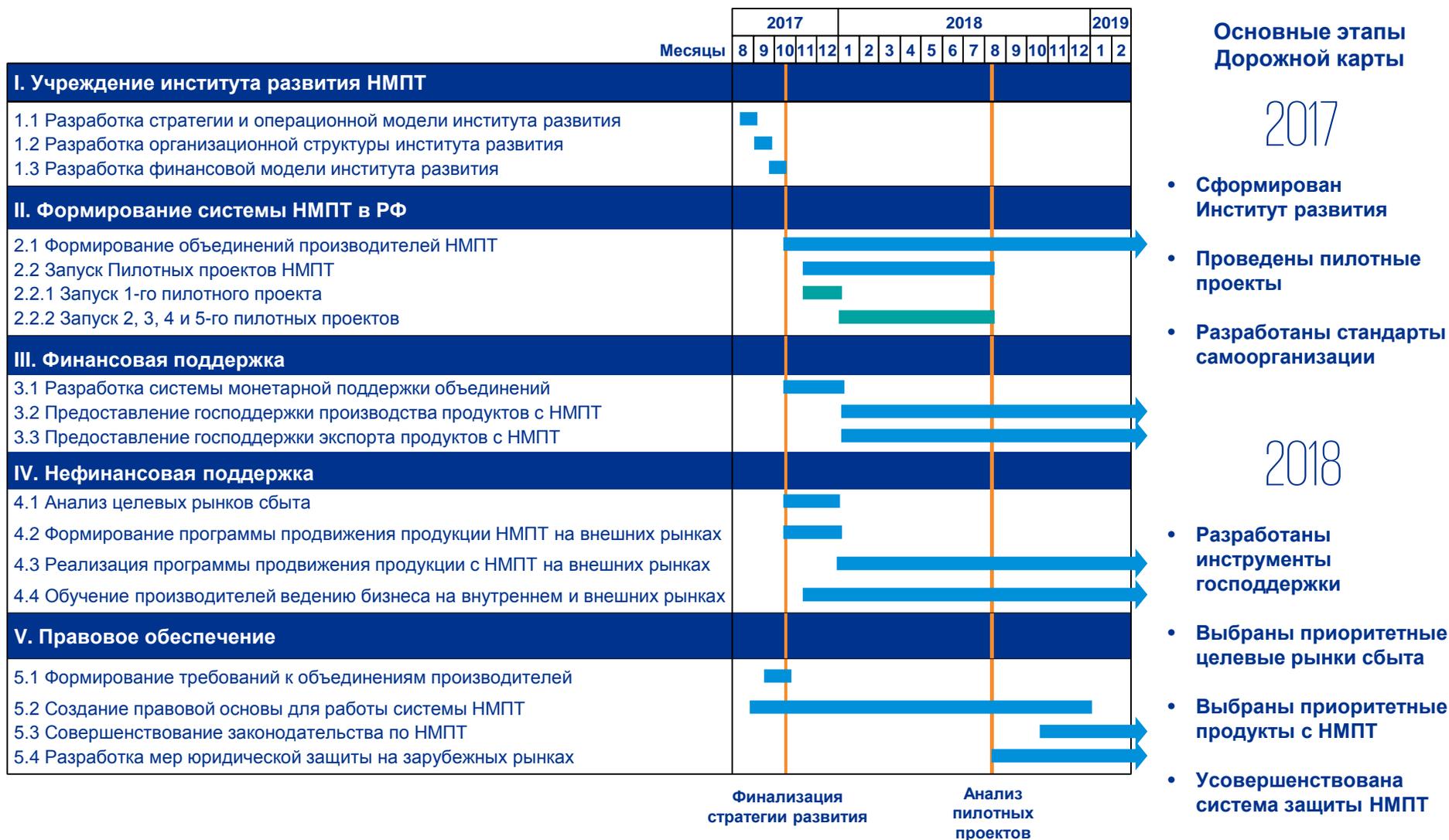
1. Методика расчета КПЭ "Объем производства продукции с НМПТ на территории РФ": согласно прогнозным данным по эффекту от внедрения системы (с.13) объем производства определен как сумма значений и прогнозных значений инерционного сценария. 2. Методика расчета КПЭ "Объем экспорта продукции с НМПТ": прогнозные годовые данные эффекта (с.19) складываются со значениями инерционного сценария. 3. Методика расчета КПЭ "Количество зарегистрированных НМПТ": 3.1 Определяются темпы роста количества ГИ в Италии с 2008 по 2016 г.; 3.2 Ввиду нерелевантности абсолютных показателей количества ГИ в РФ и Италии, предполагается, что темпы роста количества НМПТ сразу после внедрения системы выше, чем в последующие годы, и данные делятся на два отрезка: с 2008 по 2012 и с 2013 по 2016 гг.; 3.3 В двух группах строится линейный тренд и, на основе допущения о схожести сценариев развития института НМПТ в РФ и Италии с временным разрывом в 8 лет, производится экстраполяция значений индексов с убывающим поправочным коэффициентом; 3.4 Для определения прогнозных значений с 2017 по 2021 г. использованы годовые значения индекса первого отрезка из п.3.3; 3.5 Для определения прогнозных значений с 2022 по 2025 г. использован тренд, основанный на значениях скользящей средней данных из п.3.4. 4. КПЭ "Количество зарегистрированных ассоциаций" в соответствии с предлагаемой системой считается по формуле: "КПЭ5=КПЭ4+1". 5. Методика расчета КПЭ "Количество производителей продукции с НМПТ на одно зарегистрированное НМПТ": 5.1 Строится экспоненциальный тренд показателя "Количество производителей продукции с НМПТ" по данным Роспатента за 1998-2016 гг., годовые результаты умножаются на поправочный коэффициент, аналогичный п. 3.3 и коэффициент масштаба 5.2 Прогнозные данные по экспоненциальному тренду показателя КПЭ-4 соотносятся с этими данными. Источник: EIU, DOOR database, анализ Рабочей группы.

*Курс российского рубля к доллару США учтен согласно долгосрочному прогнозу EIU от 2016 г.

Содержание

1	Предпосылки развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	3
2	Эффект от развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	12
3	Состояние рынка НМПТ в России	22
4	Целевая система развития производства и продаж продукции с НМПТ в России	25
5	Дорожная карта по достижению целевых показателей	34

Дорожная карта реализации проекта Концепции



Термины и сокращения

Определение/расшифровка	
АПК	Агропромышленный комплекс
ВТО	Всемирная торговая организация
ГИ	Географический индикатор – обозначение, используемое на товарах, которые имеют определенное географическое происхождение и обладают свойствами, репутацией или характерными особенностями, обусловленными преимущественно этим местом происхождения
Долл.	Доллар
ЕС	Европейский Союз
ИС	Интеллектуальная собственность
КНР	Китайская Народная Республика
КРС	Крупный рогатый скот
Млн	Миллион
Млрд	Миллиард
НДС	Налог на добавленную стоимость
НМПТ	Наименование места происхождения товара – особый вид ГИ. Для использования наименования места происхождения товара качество или характеристики продукта должны быть исключительно или преимущественно связаны с географическим местом происхождения
ОКВЭД	Общий классификатор видов экономической деятельности

Определение/расшифровка	
РФ	Российская Федерация
СМИ	Средства массовой информации
СНГ	Содружество независимых государств
США	Соединенные Штаты Америки
Терруар	Совокупность почвенно-климатических факторов и особых характеристик местности (рельеф, роза ветров, наличие водоёмов, лесных массивов, инсоляция, окружающий животный и растительный мир), определяющая сортовые характеристики сельскохозяйственной продукции
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ФСГС РФ	Федеральная служба государственной статистики РФ
HoReCa	Термин, обозначающий сегмент сферы услуг индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи. Акроним происходит от первых двух букв в словах Hotel, Restaurant, Cafe/Catering (отель — ресторан — кафе/кейтеринг)
TRIPS	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) или Соглашение ТРИПС (англ. Agreement on Trade)

