

# РОССИЙСКО-ТУРЕЦКИЙ ДИАЛОГ

Business DIALOG Media

**RBC**  
Russian Business Guide



RUSSIA  
TURKEY  
DIALOG





# ФОРУМ «РОССИЯ – ТУРЦИЯ: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ»

**25 мая 2022 года**

Ассоциация «Российско-Турецкий диалог» при поддержке Российско-Турецкой рабочей группы при РСПП, при информационной поддержке журнала Russian Business Guide проведёт второй ежегодный форум «Россия – Турция: новые тренды и возможности». В мероприятии примут участие представители среднего и крупного бизнеса России и Турции; выступят ведущие политики и бизнесмены двух стран.

В рамках форума состоится презентация исследования, посвящённого санкциям, наложенным в отношении Российской Федерации. В исследовании будут сформулированы варианты замещения товаров и услуг европейских и американских компаний турецкими предприятиями.

**ФОРУМ ПРОЙДЁТ**

**ПО ЧЕТЫРЁМ ОСНОВНЫМ СЕКЦИЯМ:**

ЛОГИСТИКА, ТУРИЗМ,

РЕТЕЙЛ И ФАСТФУД,

ИНВЕСТИЦИИ И СТРОИТЕЛЬСТВО.





## СОЗДАНА АССОЦИАЦИЯ «РОССИЙСКО-ТУРЕЦКИЙ ДИАЛОГ»

По инициативе Российско-Турецкой рабочей группы (РСПП) и международного издания Russian Business Guide (издательско-коммуникационная группа «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА») создана ассоциация «Российско-Турецкий диалог».

Деловое объединение соединяет российские и турецкие деловые круги с целью развития международного бизнес-взаимодействия, выстраивания коммуникаций и связей, направленных на продвижение

инвестиционных проектов и торгово-экономических отношений.

Создание ассоциации поддержали отраслевые и общественные объединения бизнеса двух стран, финансовые и правительственные структуры.

Задачами «Российско-Турецкого диалога» являются:

- развитие российско-турецких деловых отношений;
- инициация и проведение мероприятий,

направленных на развитие бизнес-диалога между Россией и Турцией;

– формирование деловых связей между бизнесами двух стран;

– создание медиаплатформы для обмена бизнес-информацией и популяризации предприятий, производителей, заинтересованных в международном взаимодействии;

– проведение бизнес-миссий в России и Турции;

– организация B2B-встреч и переговорных площадок;

– выстраивание межрегионального взаимодействия;

– сопровождение инвестиционных проектов в России и Турции;

– презентация инвестиционного потенциала регионов РФ для турецкого бизнеса;

– демонстрация промышленных площадок регионов России в Турецкой Республике.

Генеральным секретарём ассоциации стал Арсен Аюпов, возглавляющий Российско-Турецкую рабочую группу (РСПП). Сопредседателями избраны главный редактор международного издания Russian Business Guide (издательско-коммуникационная группа «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА») Мария Сергеевна Суворовская и генеральный директор финансового маркетплейса YoFin Евгений Макаров.

«В рамках мероприятий, которые организованы ассоциацией «Российско-Турецкий диалог», мы соединяем между собой большое количество компаний, помогаем выстраивать мосты не только между бизнес-структурами, но и между органами власти», – подчеркнул Арсен Аюпов.



## THE RUSSIAN-TURKISH DIALOGUE ASSOCIATION IS CREATED

On the initiatives of the Russian-Turkish Working Group (RSPP) and the international media Russian Business Guide (publishing and communication group BUSINESS DIALOGUE MEDIA), the Russian-Turkish Dialogue Association was created.

The business association connects Russian and Turkish business circles with the aim of developing international business interaction, building communications and connections aimed at promotion of investment projects and trade and economic relations.

The creation of the Association was supported by industry and public business associations of the two countries, financial and government structures.

The objectives of Russian-Turkish Dialogue are:

- development of Russian-Turkish business relations;

– initiation and holding of events aimed at developing a business dialogue between Russia and Turkey;

– formation of business ties between the businesses of the two countries;

– creation of a media platform for the exchange of business information and promotion of enterprises, manufacturers interested in international cooperation;

– carrying out business missions in Russia and Turkey;

– organization of B2B meetings and negotiation platforms;

– building interregional cooperation;

– support of investment projects in Russia and Turkey;

– presentation of the investment potential of the regions of the Russian Federation for Turkish business;



– demonstration of industrial sites of Russian regions in the Republic of Turkey.

Arsen Ayupov, who heads the Russian-Turkish Working Group (RSPP), became the Chairman of the Association. Maria Sergeevna Suvorovskaya, Editor-in-Chief of the international magazine Russian Business Guide (a publishing and communications group, BUSINESS DIALOGUE MEDIA), and Evgeny Makarov, General Director of the financial marketplace YoFin, were elected Co-Chairs.

“As part of the events organized by the Russian-Turkish Dialogue Association, we connect a large number of companies with each other, we help build bridges not only between business structures, but also between government bodies,” emphasized Arsen Ayupov.

## РАСТЁТ ТОВАРООБОРОТ МЕЖДУ РОССИЕЙ И ТУРЦИЕЙ

Активность турецких компаний в России на фоне ухода западных игроков с рынка заметно выросла: за март товарооборот РФ и Турции увеличился минимум на 30%. Об этом в интервью «Известиям» заявил генеральный директор Российско-Турецкого делового совета при ТПП РФ Алексей Егармин.

«Я могу сказать, что минимум на 30% точно есть увеличение товарооборота за то время, когда предприниматели обеих стран поняли, что бизнес можно перестроить, чтобы компенсировать какие-то возник-

шие проблемы, некоторые вещи из стран Запада – сырьё, товары, оборудование – заместить турецкими производителями», – сказал директор совета.

Егармин пояснил, что повышенный интерес турецких компаний объясняется просто: когда кто-то уходит, остаётся свободное место на рынке, которое кто-то хочет занять. Компании в Турции поняли, что рынок меняется, и «предлагают свои решения в надежде попасть на рынок России, потому что он действительно большой», добавил он.



## RUSSIA AND TURKEY TRADE TURNOVER PICKS UP

Against the background of the withdrawal of Western players from the market, the activity of Turkish companies in Russia has noticeably increased – in March, the trade turnover between Russia and Turkey increased by at least 30%. Aleksey Egarmin, CEO of the Russian-Turkish Business Council at the Russian Chamber of Commerce and Industry, made this statement in an interview with Izvestiya.

“I can say that there is definitely an increase in trade turnover by at least 30% for the time when entrepreneurs of both countries understood that business can be restructured to compensate for some problems

that have arisen, some things coming from Western countries – raw materials, goods, equipment can be replaced by Turkish producers,” said the council director.

Mr. Egarmin also explained that the increased interest of Turkish companies can be understood in a simple way: when someone leaves, there is an empty market place that others want to take. Companies in Turkey have understood that the market changes, and “offer their solutions in the hope to get into the Russian market, because it is really big,” added he.

**Source: Izvestiya**

## ТУРЦИЯ ПОДСТАВЛЯЕТ КРЫЛО

В Турции появятся сразу две авиакомпании, которые будут перевозить только российских туристов на курорты страны. Авиаперевозчик Southwind планирует первые рейсы в конце мая, сообщает газета Sabah. На первом этапе в эксплуатации авиакомпании будет находиться пять самолётов Airbus, которые будут базироваться в курортной Анталии. По сообщению портала AirportHaber, перевозчик нужен, «чтобы не оставлять российский рынок пустым и не перекрывать турпоток из этой страны в Турцию». Озвучены планы доставить бортами этой компании в Анталию не менее миллиона россиян в 2022 году.

О создании второй авиакомпании под названием Mavi Gok Aviation, также созданной исключительно для перевозки туристов из России, сообщил портал AirportHaber. «Компания MGA (Mavi Gok Aviation) получила предварительное разрешение Управления гра-



жданской авиации Турции. Процесс развивается быстро, и завершить создание [авиакомпании] планируется в кратчайшие сроки», – сказано в сообщении. Отмечается, что полёты авиаперевозчик планирует осуществлять на четырёх самолётах: двух Boeing 737-900 и двух Boeing 777. MGA планирует нанять на работу 50 пилотов.

## TURKEY GIVES A WING

There are going to be two airlines in Turkey at once, which will transport only Russian tourists to the country's resorts. Southwind plans its first flights at the end of May, according to the Sabah newspaper. In the first phase, there will be five Airbus aircraft in operation, which will be based in the resort town of Antalya. According to Airport Haber, the carrier is needed “so as not to leave

the Russian market empty and not to block the flow of tourists from this country to Turkey”. The company plans to fly at least a million Russians to Antalya in 2022.

AirportHaber reported on the creation of a second airline, called Mavi Gok Aviation, also created exclusively to carry tourists from Russia. MGA (Mavi Gok Aviation) has received preliminary approval from the Turkish Civil Aviation Authority. The process develops rapidly and the airline is expected to be completed in the shortest possible time, according to the report. The carrier plans to operate four aircraft: two Boeing 737-900 and two Boeing 777. MGA plans to hire 50 pilots.



## МОСКВА ПРИВЛЕКАЕТ ТУРЕЦКИЕ ИНВЕСТИЦИИ



Конференция «Инвестиционная привлекательность Москвы для турецких компаний: поддержка бизнеса в текущих экономических условиях» прошла в Москве 21 апреля 2022 года.

На ней выступил председатель Российско-Турецкой рабочей группы при РСПП, генеральный секретарь ассоциации «Российско-Турецкий диалог» Арсен Аюпов.

«Сегодня турецкие бренды заинтересованы в приходе в Россию, – рассказал Арсен Аюпов. – Например, в данный мо-

мент мы ведём переговоры с представителями турецкого фастфуда. В конце апреля представители этих компаний приезжают в Москву, мы организуем первый международный бизнес-завтрак с их участием, где управляющие ТЦ, поставщики продуктов и оборудования, банки смогут ближе познакомиться с представителями турецкого бизнеса».

Также Арсен Аюпов сообщил о том, что в мае 2022 года ассоциация «Российско-Турецкий диалог» при поддержке Россий-

ско-Турецкой рабочей группы при РСПП и при информационной поддержке журнала Russian Business Guide проведёт второй ежегодный форум «Россия – Турция: новые тренды и возможности». Форум пройдёт по четырём основным секциям: логистика, туризм, ретейл и фастфуд, инвестиции и строительство. В нём примут участие представители среднего и крупного бизнеса России и Турции; выступят ведущие политики и бизнесмены двух стран.

## MOSCOW ATTRACTS TURKISH INVESTMENTS

The conference “Investment Attractiveness of Moscow for Turkish Companies: Business Support in the Current Economic Conditions” was held in Moscow on 21 April 2022.

Chairman of the Russian-Turkish Working Group at the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, General Secretary of the Russian-Turkish Dialogue Association Arsen Ayupov spoke at the conference.

“Today Turkish brands are interested in coming to Russia”, noted Arsen Ayupov. “At the moment we are negotiating with representatives of Turkish fast food industry. At the end of April, representatives of these companies arrive in Moscow, we organize the first international business breakfast with them, where managers of shopping centres, food and equipment suppliers and banks will

be able to become better acquainted with representatives of Turkish business.”

Arsen Ayupov also announced that in May 2022 Russian-Turkish Dialogue Association with the support of Russian-Turkish working group at RUE, with the information support of the Russian Business Guide magazine will hold the second annual forum “Russia-Turkey: new trends and opportunities”. The forum will have four main sections: logistics, tourism, retail and fast food, investment and construction. It will be attended by representatives of medium and large businesses in Russia and Turkey, as well as leading politicians and businessmen of the two countries.

## ЦИФРОВЫЕ СВЯЗИ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Российско-турецкие отношения в условиях изменяющегося рынка электроэнергии в мире могут перейти на новый уровень. Турция может стать основным партнёром России в области цифровизации энергетики. «Сотрудничество в области энергетики занимает особое место в нашем двустороннем взаимодействии», – заявил торговый представитель России в Турции Айдар Гашигуллин на Российском международном энергетическом форуме, который прошёл в Санкт-Петербурге с 26 по 28 апреля.

На 2022 год Турция – один из ключевых транзитных коридоров для российской

нефти и газа. Почти две трети электроэнергии в Турции производится на электростанциях, работающих на основе газа и угля, а также комплекса возобновляемых источников энергии (ВИЭ). К концу 2021 года доля энергетической мощности страны достигла 10%.

«В последние годы направлению цифровизации уделяется всё больше внимания. Цифровые технологии внедряются как в распределение электроэнергии, так и в генерацию, в производство. С распространением практики цифровизации в электроэнергетическом секторе меняют-

ся потребности, бизнес-модели. Но чтобы использовать возможности цифровизации, необходимо разрабатывать стратегии в области законодательства, социальных, культурных, финансовых условий, городского развития», – отметил Айдар Гашигуллин.

Он отметил, что за счёт цифровизации будет решена проблема высокой стоимости электроэнергии для промышленного сектора и домохозяйств.

«Мы видим потенциал российских компаний в области цифровых технологий. В дальнейшем хотели бы предложить участникам X Российского международного энергетического форума проведение онлайн или очной бизнес-миссии для наших компаний», – подытожил торговый представитель.

## DIGITAL CONNECTIONS IN THE ENERGY SECTOR

Russian-Turkish relations may reach a new level in the changing electricity market in the world. Turkey can become Russia's main partner in the digitalisation of the energy sector. "Cooperation in the field of energy occupies a special position in our bilateral cooperation," said Aidar Gashigullin, Russian Trade Representative to Turkey, at the Russian International Energy Forum, which was held in St. Petersburg from April 26 to 28.

For 2022, Turkey is one of the key transit corridors for Russian oil and gas. Nearly two-thirds of electricity in Turkey is produced by

gas and coal-based power plants, as well as a combination of renewable energy sources (RES). By the end of 2021, the share of the country's energy capacity has reached 10%.

"In recent years, digitalization has received increasingly more attention. Digital technologies are being introduced both in the distribution of electricity, and in generation and production. With the spread of digitalization practices in the electricity sector, needs and business models are changing. But in order to use the opportunities of digitalization, it is necessary to develop

strategies in the field of legislation, social, cultural, financial conditions as well as in urban development," said Aidar Gashigullin.

He noted that due to digitalization, the problem of the high cost of electricity for the industrial sector and households will be solved.

"We see the potential of Russian companies in the field of digital technologies. In the future, we would like to offer the participants of the X Russian International Energy Forum to conduct an online or face-to-face business mission for our companies," concluded the Trade Representative.





## ТУРЕЦКИЙ БИЗНЕС ГОТОВ К ПРОМЫШЛЕННОЙ КООПЕРАЦИИ С ВЕДУЩИМ РОССИЙСКИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ

1-2 апреля 2022 года при содействии Отделения Торгового представительства России в Стамбуле состоялся рабочий визит в Турецкую Республику делегации крупнейшего российского промышленно-производственного предприятия «ПРОМЭКС».

«ПРОМЭКС» с 2002 года ведёт активную деятельность по обработке металлопроката и производству заготовок для различных отраслей российской промышленности. Компания в своём секторе является самой крупной в России и в наличии имеет три завода на территории Санкт-Петербурга, Ленинградской области и города Сызрани общей производственной площадью около 125 тыс. кв. м, а также собственные железнодорожные пути, автопарк по доставке готовой продукции, парк металлообрабатывающих лазерных и гидроабразивных станков, координатно-пробивных и листогибочных прессов, покрасочных линий конвейерного типа, токарно-фрезерных обрабатывающих комплексов.

В рамках программы пребывания в Турецкой Республике исполнительный директор компании «ПРОМЭКС» Игорь Лосев провёл ряд встреч в формате business-to-business с потенциальными партнёрами – представителями турецких компаний «TürkkaySac Kesim Konstrüksiyon Mak. San. Ve Tic. Ltd. Şti.» (провинция Измир), «Alpler Ziraat Aletleri San. ve Tic. A.Ş.» (провинция



Айдын), «Çelmak Tarım Makinaları Tic. San. Ltd. Şti.» (провинция Балыкесир), в ходе которых стороны обсудили перспективы взаимовыгодного сотрудничества.

Следует отметить, что ранее «ПРОМЭКС» выразила заинтересованность в поиске партнёров на территории Турецкой Республики для изготовления из российского сырья на собственных производственных площадях заготовок из листового металлопроката и для поставок в адрес турецких компаний с целью снижения конечной цены на заготовки для турецких партнёров, так как сложившаяся внутренняя цена на металлопрокат и саму услугу в России в текущий период ниже, чем в Турецкой Республике.

В то же время российская компания выступила с предложением рассмотреть возможность создания российско-турецкого совместного предприятия по производству и сборке сельскохозяйственной техники прицепного типа. Для этого «ПРОМЭКС» предлагает использовать территорию одного из своих заводов в России, а также значительную часть оборудования; рассчитывает на передовой опыт турецких партнёров в сфере изготовления сельскохозяйственной техники с целью последующей реализации данного вида продукции как на внутреннем рынке России, так и на рынках ближнего и дальнего зарубежья.

**Источник: Торговое  
представительство России в Турции**

## TURKISH BUSINESS IS READY FOR INDUSTRIAL COOPERATION WITH A LEADING RUSSIAN MANUFACTURER

On April 1-2, 2022, a delegation of Russia's largest industrial enterprise PROMEX made a working visit to the Republic of Turkey with the assistance of the Russian Trade Mission in Istanbul.

Since 2002 PROMEX has been actively engaged in processing rolled metal products and manufacturing of semi-finished products for various branches of the Russian industry. The company is the largest in Russia in its sector and has three plants on the territory of Saint Petersburg, the Leningrad Region and the town of Syzran with the total production area of approximately 125 thousand square meters. The company has its own railways, a fleet of vehicles for finished product delivery,

a fleet of laser and water-jet cutting machines, coordinate-punching and sheet-bending presses, painting conveyor-type lines, turn/mill machining complexes.

Within the program of stay in Turkish Republic executive director of PROMEX company Igor Losev held a number of meetings in B2B format with potential partners – representatives of Turkish companies TürkkaySac Kesim Konstrüksiyon Mak. San. Ve Tic. Ltd. Şti. (Izmir Province), Alpler Ziraat Aletleri San. Ve Tic. A.Ş. (Aydın Province), Çelmak Tarım Makinaları Tic. San. Ltd. Şti. (Balıkesir province), during which the parties discussed the prospects for mutually beneficial cooperation.

It is worth mentioning that PROMEX expressed its interest in finding partners in Turkey to produce rolled steel billets from Russian raw materials at its own production sites and deliver them to Turkish companies in order to reduce the final price for Turkish partners as the current domestic price for rolled steel and the service itself is lower in Russia than in the Republic of Turkey.

At the same time the Russian company made a proposal to consider the possibility of setting up a Russian-Turkish joint venture to produce and assemble farming equipment of the trailer type. For this purpose, PROMEX proposes to use the territory of one of its plants in Russia, as well as a significant part of the equipment, and expects to use the advanced experience of Turkish partners in the field of agricultural machinery, in order to sell this type of products both in the Russian domestic market and in the markets of the near and far abroad countries.

**Source: Russian Trade  
Representation in Turkey**

## ТУРЕЦКИЙ ФАСТФУД ПРИХОДИТ В РОССИЮ

Представители турецкого и российского фастфуда встретились 28 апреля на первом международном бизнес-завтраке, организованном Союзом торговых центров и MallExpert. От российской стороны выступили основатель одной из крупнейших российских сетей быстрого питания «Теремок» Михаил Гончаров и директор департамента управления недвижимостью и развитием ГК «Шоколадница», генеральный директор консалтинговой компании «Этерна» Дмитрий Томилин.

Мероприятие посетили представители турецких брендов LK burger и LK pizza – сетевых ресторанов пиццерии и бургерных, Arabica Coffee House – сети кофеен/магазинов, турецкой сети Gagawa, специализирующейся на блюдах из куриного мяса и др.

Как отметил Павел Люлин, вице-президент Союза торговых центров: Россия – Белоруссия – Казахстан, турецкие бизнесмены получили от российских коллег практические советы о том, как вести переговоры с

арендодателями, обзор конкурентной среды рынка, узнали об особенностях продвижения на российском рынке. Михаил Гончаров, который построил сеть практически с нуля, выразил готовность фактически стать проводником для турецких представителей fast casual на территории России.

«Турецкие бизнесмены заинтересованы в нашем рынке, – отметил Павел Люлин. – Например, Arabica Coffee House планирует в течение ближайших месяцев открыть в Москве первую флагманскую кофейню, а при успешном развитии бизнеса – продолжать масштабировать сеть по схеме франчайзинга в регионы». Сеть Gagawa, которая уже сегодня представлена в России 23 ресторанами в пяти городах РФ, планирует дальнейшее активное расширение.

## TURKISH FAST FOOD COMES TO RUSSIA

Representatives of the Turkish and Russian fast food industry met on 28 April at the first international business breakfast organized by the Shopping Centres Union and MallExpert. Mikhail Goncharov, Founder of Teremok, one of the largest Russian fast food chains, and Dmitry Tomilin, Director of Real Estate Management and Development at Shokoladnitsa Group and General Director of Eterna Consulting Company, spoke on the Russian side.

The event was attended by representatives of Turkish brands LK Burger and LK Pizza – pizza and burger chain of restaurants, Arabica Coffee House – chain of coffee shops/stores, Turkish chain Gagawa specializing in chicken meat dishes, etc.

As noted by Pavel Liulin, Vice-President of the Union of Trade Centres: Russia – Belarus – Kazakhstan, the Turkish businessmen received from their Russian colleagues' practical advice on how to negotiate with landlords,

an overview of the competitive environment of the market and peculiarities of promotion on the Russian market. Mikhail Goncharov, who has almost built the chain from scratch, expressed his readiness to become a guide for Turkish representatives of fast casual in Russia.

"Turkish businessmen are interested in our market", noted Pavel Liulin, "for example Arabica Coffee House intends to open its first flagship coffee house in Moscow in the next few months, and if the business develops successfully, to continue scaling the network to the regions under the franchising scheme". The Gagawa chain, which already has 23 restaurants in five Russian cities, plans to expand further.







**АРСЕН  
АЮПОВ:**

«АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ  
НЕОБХОДИМО СНИМАТЬ И ДЕЛАТЬ ЭТО  
НАДО ОПЕРАТИВНО»

**С**егодня Россия и Турция являются ключевыми торгово-инвестиционными партнёрами. Турция заявила о том, что не планирует присоединяться к санкциям против России.

О перспективах российско-турецких отношений в новых экономических условиях нашему изданию рассказал АРСЕН АЮПОВ, председатель Российско-Турецкой рабочей группы при Российском союзе промышленников и предпринимателей.

**– Как бы вы могли охарактеризовать позицию Турции по отношению к тем экономическим санкциям, которые сегодня введены в отношении России целым рядом стран?**

– Турция хочет сохранить хорошие отношения с обеими странами конфликта и долго предлагала своё посредничество при переговорах между Россией и Украиной. И в связи с такой позицией Турция не вводит и не планирует экономические санкции против России, так что заморозки деловых взаимоотношений не произошло. Напротив, российский бизнес ещё больше развернулся в сторону Турции, а турецкий – в сторону России. Таким образом, внешние обстоятельства невольно поспособствовали большему сближению деловых отношений наших стран.

**– Можно ли прогнозировать значительный рост товарооборота между нашими странами в 2022 году?**

– Если мы возьмём показатели прошлого, 2021 года, то товарооборот между Россией и Турцией составил 33 млрд долларов. Это уже достаточно высокий уровень, если сравнивать с предшествующими годами. Особенно по сравнению с 2016 и 2017 годами, когда товарооборот сильно просел в период охлаждения отношений между нашими странами. В тот период он опускался до отметки менее 25 млрд долларов. Пока сложно делать прогнозы о том, какую конкретно сумму составит товарооборот в этом году, но можно с уверенностью сказать, что по отношению к прошлому году он вырастет, так как все контракты и поставки, которые были заключены, продолжились, к тому же появились новые. Например, за последние полтора месяца в Турции локализовалось более тысячи российских компаний.

Что россияне делают сегодня в Турции? Они открывают представительства своих компаний, новые компании с нуля, покупают недвижимость, арендуют недвижимость. Также много заявок на получение турецкого гражданства. В Турции был принят закон, по которому покупатели недвижимости стоимостью от 250 тыс. \$ могут получить турецкое гражданство, сейчас эта планка поднята до 400 тыс. \$, но спрос не снижается.

Если говорить о конкретных результатах, то, например, 21 апреля 2022 года в столи-

це прошла конференция «Инвестиционная привлекательность Москвы для турецких компаний: поддержка бизнеса в текущих экономических условиях», где выступали представители турецкого бизнеса, которые говорили о том, что прошлогодние показатели товарооборота в 33 млрд долларов – это та цифра, которую наши страны легко могут превзойти. У нас примерно с 2018 года стоит цель – увеличить товарооборот до 100 млрд долларов. И сегодня, наблюдая, как у нас меняются в лучшую сторону деловые взаимоотношения, можно говорить о том, что мы способны приблизиться к этой цифре.

**– Какие направления сотрудничества сегодня выглядят наиболее перспективными?**

– Можно выделить несколько блоков, почему Турция является сегодня одним из самых выгодных партнёров для России. Во-первых, Турция – удобный партнёр с точки зрения логистики. Страна является нашим ближайшим соседом, с которым у нас давно выстроены логистические цепочки по морю, по железной дороге, по автомобильным дорогам и авиасообщению. В этой связи Турция становится важнейшим логистическим хабом для развития бизнеса, для выстраивания новых цепочек поставок через неё. Это касается как товаров из санкционных стран, которые не могут сегодня приходиться в Россию традиционными путями, так и доставки товаров из России в Европу и США с использованием турецких трейдинговых компаний.

Во-вторых, перспективным является направление турецкого фастфуда, который сегодня очень активно устремился в Россию. Сейчас мы находимся в активных переговорах с пятью сетевыми ресторанами пиццерии, бургерных, кофеен, которые серьёзно рассматривают приход в Россию и быстрое развитие здесь своих сетей.

Помимо фастфуда, на российский рынок очень пристально смотрят и турецкие бренды текстиля и одежды. В Турции есть ассоциация – Союз объединённых марок, – в которую входит 554 турецких бренда, их них только 32 присутствуют в России, это менее 6%. Сейчас те бренды, которые уже присутствуют в России, например из одежного ретейла: LC Waikiki, Koton, – это марки, планирующие расширение, но ожидается и приход новых игроков.

В-третьих, перспективно развитие турецкого производства на территории России. Представители этой сферы бизнеса прекрасно понимают, что сейчас могут занять хорошую нишу: так как поставки между Россией и многими западными странами нарушены, то можно приходить и локализовывать производство. Тем более что сегодня в Турции высокий уровень инфляции: лира падает, и, конечно, в этих условиях привлекателен большой российский рынок – страны, где проживает более 140 млн человек, с инфляцией ниже, чем в Турции.

Ещё одно перспективное направление сотрудничества – выстраивание экспортных потоков российских товаров в Турцию. Мы сегодня непосредственно участвуем в том, чтобы выводить российских экспортёров на турецкий рынок. Сейчас мы находимся в процессе аккредитации турецкого B2B-маркетплейса Turkishexporter. Это довольно крупный маркетплейс, охватывающий более 180 тыс. компаний. Уже достигнута договорённость с Российским экспортным центром (РЭЦ) о том, что с конца апреля мы начнём выводить российских экспортёров на турецкую платформу. Российские компании таким образом смогут найти для себя новые рынки сбыта.

Традиционно продолжается активное взаимодействие между странами на строительном рынке. Это как непосредственная работа турецких компаний в качестве подрядчиков, так и поставка стройматериалов. В 2021 году стоимость проектов, реализуемых турецкими строительными компаниями в России, составляла около 85 млрд долларов. Думаю, что в этой сфере Турция будет наращивать активность. Полагаю, что Турция также будет играть всё большую роль в поставках бытовой техники, бумажных изделий, бытовой химии. В сфере энергетики продолжится сотрудничество по строительству АЭС «Аккую».

Сейчас сложно назвать сферы бизнеса, где не будет усиления взаимодействия: оно будет фактически на всех фронтах.

**– Если говорить об экспорте российских товаров, то какие виды товаров интересны турецким партнёрам прежде всего?**

– В Турции традиционно есть нехватка определённой продукции, которая широко представлена в России. Это все виды





С заместителем министра торговли  
Турции Фатихом Метином  
и президентом ТИМ Исмаилом Гюлле

commodities – сырьевых товаров, – таких как металл, энергоресурсы и т. п. Если брать несырьевой экспорт, то это, например, те продукты питания, чей дефицит ощущается в Турции. К примеру, большой популярностью пользуется башкирский мёд. Высокий спрос на подсолнечное масло, дефицит которого в последнее время особенно остро ощущался в Турции.

Кроме того, это мукомольная продукция, которой также не хватает, так как ещё с прошлого года были подняты экспортные пошлины на этот вид товара. К слову, после поднятия экспортных пошлин турецкий бизнес устремился в Россию для создания мукомольных производств, для того чтобы создавать собственный продукт и экспортировать его.

**– Ситуация, которая сейчас сложилась в связи с введением экономических санкций против России, потребовала новых логистических и финансовых решений?**

– Конечно, это потребовало больших усилий. Многие цепочки приходится выстраивать буквально с нуля. Мы находимся на постоянной связи со своими партнёрами в Турции. Это и юридический бизнес, с которым мы традиционно взаимодействовали от лица нашей юридической фирмы Nektorov, Savelliev & Partners (NSP), и партнёры на уровне турецких ассоциаций, таких как Ассоциация экспортёров Турции (ТИМ), Комитет внешнеэкономических связей Турции (DEIK), Ассоциация турецких предпринимателей в России (RTIB). По сути, мы задействовали все наши связи и контакты, для того чтобы буквально точно обраба-

тывать каждый запрос, который получаем.

Могу привести в пример поставку корма для креветок, который производитель из России экспортировал в Европу и США. Конечно, после начала военной спецоперации поставщик столкнулся с тем, что не мог традиционными путями организовать поставку своей продукции. Нам удалось её выстроить через наших турецких коллег-трейдеров. Сейчас производитель находится на стадии подписания контракта с партнёрами. И такие точечные решения мы находим каждый день.

**– Как вы полагаете, сегодня турецкий бизнес больше заинтересован в приходе в мегаполисы? Каковы шансы на усиление межрегионального партнёрства?**

– Я полагаю, что новые возможности открываются и для регионов. Если, например, говорить о фастфуде, особенно об экономсегменте, а именно этот сегмент сейчас будет наиболее востребован в России, то, с учётом снижения покупательной способности населения, потребность в таких сетях гораздо выше именно в регионах, у новых игроков намного более простой вход на рынок, чем в мегаполисах, так как крупные города уже перенасыщены американскими сетями с идеально отлаженными бизнес-процессами. При этом если мы берём юг России, Сибирь, Урал, то до этих федеральных округов не все сети фастфуда ещё добрались. Велики шансы, что новые турецкие точки общепита будут востребованы в этих регионах, их оборот может быть даже выше, чем, например, в Москве.

Безусловно, для развития межрегионального сотрудничества перспективен приход турецких компаний в особые экономические зоны (ОЭЗ), технопарки и индустриальные парки. Таких парков сегодня сотни по всей стране, и необязательно для развития производств приходить в Москву или Санкт-Петербург, тем более что здесь гораздо выше издержки. Ничто не мешает открывать производства в регионах, где созданы все условия, предоставляются всё те же самые льготы, включая налоговые.

Сегодня турецкие производители готовы приходить на наш рынок в тех сферах, где они традиционно сильны, – это всё, что связано с лёгкой промышленностью, текстилем, производством медицинских изделий. Но им нужно наше содействие. Так, одна турецкая компания – производитель медицинских изделий – планировала выход на наш рынок ещё два года назад, но не смогла пройти регистрацию своих изделий, которая у нас очень сильно бюрократизирована. Для того чтобы облегчить выход таким игрокам, административные барьеры необходимо снимать и делать это оперативно, чтобы турецкие бренды, которые сегодня готовы заместить ушедших европейских и американских производителей, не развернулись и не ушли на другие рынки. То же самое касается и производства лекарств. Здесь Турция – заметный игрок. На прошедшей 21 апреля 2022 года конференции представитель одной из фармацевтических компаний Турции продемонстрировал нам список из 20 стран, куда фирма экспортирует лекарства. И на первом месте

по объёму экспорта там находится Южная Корея. Россия тоже входит в эту двадцатку стран, однако за прошлый год импорт из Турции снизился более чем на 30%! Сейчас самое время его нарастить.

**– Какие меры поддержки сегодня могут быть оказаны бизнесу, который приходит в Россию?**

– Во-первых, я хочу отметить, что поддержка стала предоставляться более предметно. Например, в Москве сегодня закрылось огромное количество точек фастфуда, и город среагировал, выделив внушительные суммы на предоставление грантов тем компаниям, которые открывают в столице рестораны быстрого питания. Суммы грантов варьируются от 1 до 5 млн рублей за каждую вновь открываемую точку, что является неплохим подспорьем для сокращения издержек.

Традиционно существует достаточно большой пакет мер поддержки иностранных инвесторов, связанных со специальными инвестиционными контрактами (СПИК).

С 2020 года появился новый инструмент поощрения инвестиций в России – СЗПК (соглашение о защите и поощрении капиталовложений). Его главное нововведение – стабилизационная оговорка. Инвесторы получают возможность реализовывать инвестиционные проекты, основываясь на гарантии государства не применять акты, которые могут ухудшить их положение.

Кроме этого, существуют офсетные контракты, которые гарантируют приобретение произведённого в России товара единственным поставщиком, т. е., по сути, минуя торги и т. п.

Все эти меры действуют и показывают свою эффективность, но это не значит, что надо ограничиваться только ими. Как я уже говорил, необходимо снимать административные барьеры, которые тормозят выход на рынок иностранных партнёров. Тогда есть шанс, что наша страна минимизирует свои потери от экономических санкций.

**– Как вы полагаете, нет ли у турецких компаний опасений при выходе на российский рынок? Сталкиваются ли они с давлением?**

– На турецкое руководство сегодня оказывается давление как со стороны НАТО, так и со стороны европейских и американских партнёров, недовольных тем, что Турция не вводит экономических санкций против России. И Турция выстраивает достаточно аккуратную политику, но у неё есть свои интересы, в которые входит и Россия, и Турция чётко об этом заявляет. Например, страна занимается созданием отдельной авиакомпании, которая будет обеспечивать бортами российских туристов, прилетающих на отдых в Турцию. Конечно, это не заместит и не обеспечит нас самолётным парком для полётов во все

страны мира, речь идёт только о перелётах в Турцию, но тем не менее такой шаг, безусловно, выгоден обеим сторонам. Турция – одна из стран, которая нам дружественна, которая хорошо понятна по ментальности россиянам и с которой мы продолжаем конструктивный диалог как в области бизнеса, так и на уровне высших органов власти.

**– В мае 2022 года ассоциация «Российско-Турецкий диалог» совместно с РСПП проведёт второй ежегодный форум «Россия – Турция: новые тренды и возможности». Какие ожидания у вас связаны с этим мероприятием?**

– Да, этот форум пройдёт при поддержке Российско-Турецкой рабочей группы при РСПП, при информационной поддержке журнала Russian Business Guide. Он организован в рамках развития российско-турецкого делового диалога. Для этого и была создана ассоциация. В задачи Российско-Турецкой рабочей группы входят помощь российскому бизнесу в работе с Турцией, помощь турецкому бизнесу в приходе в Россию, обеспечение прихода турецких инвестиций в Россию, снижение административных барьеров, выстраивание новых коммуникационных площадок.

В том числе для этого и была создана ассоциация «Российско-Турецкий диалог»: чем больше площадок для общения, тем больше возможностей для бизнеса. Фактически мы сейчас возрождаем B2B-встречи, которые были заморожены в связи с пандемией. Форум, который мы проведём, –

это новое «окно возможностей», новый мощный виток развития. В рамках таких мероприятий мы всегда соединяем между собой большое количество компаний, помогаем выстраивать мосты не только между бизнес-структурами, но и между органами власти. Приведу простой пример: когда в 2018 году мы проводили Российско-Турецкий бизнес-форум, именно на полях форума было принято решение о том, что Турция станет в предстоящем, 2019 году страной-партнёром «ИННОПРОМа» – крупнейшей российской промышленной выставки, проходящей в Екатеринбурге. Повлияло ли это на товарооборот между нашими странами? Безусловно! Именно в 2019 году он вырос на несколько миллиардов долларов.

Особенность предстоящего форума в том, что мы стремимся к открытому диалогу и не боимся поднимать вопросы по самым болезненным точкам в бизнесе и находить пути решения. Например, одна из сессий форума будет посвящена логистике, с которой сегодня возникает много проблем. Мы пригласили на неё компании, которые столкнулись с этими проблемами, для того чтобы они поделились своим опытом решения логистических задач. Если не «подсвечивать» такие истории на крупных форумах, то мы не придадим той скорости развитию взаимоотношений между странами, которую за счёт таких мероприятий можно нарастить. Наша задача – создавать как можно больше условий для рождения новых идей, проектов и бизнесов.



Вместе с послом Турции в России  
Мехметом Самсаром на выставке  
«ИННОПРОМ-2019»





Сзаместителем  
министра  
торговли Турции  
Фатихом Метином

## ARSEN AYUPOV:

“ADMINISTRATIVE BARRIERS SHOULD BE REMOVED AND THIS SHOULD BE DONE PROMPTLY”

**T**oday Russia and Turkey are key trade and investment partners. Turkey has announced that it has no plans to join sanctions against Russia. ARSEN AYUPOV, Chairman of the Russian-Turkish Working Group at the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, told our publication about the prospects for Russian-Turkish relations in the new economic conditions.

**– How would you characterize Turkey's position on the economic sanctions imposed on Russia by a number of countries?**

– Turkey wants to maintain good relations with both countries in the conflict and has long offered to mediate in negotiations between Russia and Ukraine. And because of this position, Turkey does not impose or plan to impose economic sanctions against Russia, so there has been no freezing of business relations. On the contrary, Russian business has turned even more towards Turkey and Turkish business towards Russia. Thus, external circumstances have unwittingly contributed to a greater rapprochement of business relations between our countries.

**– Can we predict a significant increase in trade between our countries in 2022?**

– If we take last year's figures for 2021, the trade turnover between Russia and Turkey was \$33 billion. This is already quite a high level compared to previous years. Especially compared to 2016 and 2017, when the trade turnover dropped significantly during the cooling of relations between our countries. During that period, it was down to less than \$25 billion. It is still difficult to make predictions about what the exact amount of trade turnover will be this year, but we can say with confidence that it will grow compared to last year, since all the contracts and deliveries that were concluded, have continued, in addition, there are new ones. For example, in the last month and a half, more than a thousand Russian companies localized in Turkey.

What are Russians doing today in Turkey? They open representative offices of their companies, new companies from scratch, buy real estate, rent real estate. There are also many applications for Turkish citizenship. A law was passed in Turkey that allows buyers of real estate worth 250 thousand dollars to get Turkish citizenship and now this limit is raised to 400 thousand dollars but the demand doesn't decrease.

For example, on April 21, 2022 there was a conference "Investment Attractiveness of Moscow for Turkish Companies: Business Support in the Current Economic Environment" where Turkish business representatives spoke about the \$33 billion trade turnover last year and they said that our countries can easily exceed that figure. Our goal for 2018 is to increase the trade turnover to USD 100 billion. And today, seeing how our business relations are changing for the

better, we can say that we can get closer to that figure.

**– What areas of cooperation look the most promising today?**

– There are several reasons why Turkey is one of the most profitable partners for Russia today. Firstly, Turkey is a convenient partner in terms of logistics. Turkey is our closest neighbor, with whom we have long established a logistics chain by sea, rail, highways, and air service. In this regard, Turkey is becoming the most important logistical hub for business development, for building new supply chains through it. This applies both to goods from sanctioned countries, which today cannot come to Russia by traditional ways, and the delivery of goods from Russia to Europe and the United States using Turkish trading companies.

Secondly, a promising direction is Turkish fast food, which is now very actively rushing into Russia. We are now in active negotiations with five chain restaurants, pizzerias, burger houses, and coffee shops, which are seriously considering coming to Russia and developing their chains here quickly.

Apart from fast food, Turkish textile and clothing brands are also looking at the Russian market very closely. In Turkey there is an association, the Union of United Brands, which includes 554 Turkish brands, of which only 32 are present in Russia, less than 6%.

Now the brands that are already present in Russia, such as LC Waikiki, Koton, for example, are brands that are planning to expand, but new players are expected to come.

Thirdly, the development of Turkish production in Russia is promising. Representatives of this business sector understand very well that now they can occupy a good niche: since supplies between Russia and many Western countries are disrupted, it is possible to come and localize production. All the more so because today in Turkey the inflation rate is high: the lira is falling, and, of course, in these conditions a large Russian market is attractive – a country with a population of over 140 million people and a lower inflation rate than in Turkey.

Another promising area of cooperation is building export flows of Russian goods to Turkey. Today we are directly involved in bringing Russian exporters to the Turkish market. We are now in the process of accrediting the Turkish B2B marketplace Turkishexporter. This is quite a large marketplace, covering more than 180 thousand companies. We have already reached an agreement with the Russian Export Center (REC) that from the end of April we will start introducing Russian exporters to the Turkish platform. Russian companies will thus be able to find new markets for themselves.

Traditionally, active cooperation between the countries in the construction market continues. This includes both the direct work of Turkish companies as contractors and the supply of construction materials. In 2021, Turkish construction companies implemented projects in Russia worth about USD 85 bln. I think that Turkey will increase its activity in this area. I think that Turkey will also play an increasing role in the supply of household appliances, paper products and household chemicals. We are continuing our cooperation on the Akkuyu NPP construction project. Now it is hard to name areas of business where there will not be an increase in cooperation: it will actually be on all fronts.

**– If we talk about Russian exports, what types of goods are Turkish partners primarily interested in?**

– Turkey traditionally has a shortage of certain products that are widely represented in Russia. These are all types of commodities, such as metals, energy resources, etc. If you take non-resource exports, it is, for example, those food products, which are in short supply in Turkey. For example, Bashkirian honey is very popular. There is a high demand for sunflower oil, whose deficit has been particularly acute in Turkey recently.

**S**INCE 2020 THERE IS A NEW TOOL TO ENCOURAGE INVESTMENT IN RUSSIA – SPIC (AGREEMENT ON THE PROTECTION AND PROMOTION OF CAPITAL INVESTMENTS). ITS MAIN INNOVATION IS THE STABILIZATION CLAUSE. INVESTORS ARE GIVEN THE OPPORTUNITY TO IMPLEMENT INVESTMENT PROJECTS BASED ON GUARANTEES OF THE STATE NOT TO APPLY ACTS WHICH MAY WORSEN THEIR SITUATION.



In addition, it is flour products, which are also in short supply, since export duties on this type of product have been raised since last year. By the way, after export duties were raised, Turkish businesses rushed to Russia to establish flour milling facilities in order to create their own product and export it.

**– The situation that has now arisen due to the imposition of economic sanctions against Russia has required new logistical and financial solutions?**

– Of course, it has required a lot of effort. Many chains have to be built literally from scratch. We are in constant communication with our partners in Turkey. This includes the legal business, with which we have traditionally cooperated on behalf of our law firm Nektorov, Saveliev & Partners (NSP), and partners at the level of Turkish associations, such as the Turkish Exporters' Association (TIM), the Turkish Foreign Economic Relations Committee (DEIK), the Association of Turkish Entrepreneurs in Russia (RTIB). In fact, we used all our connections and contacts in order to literally pinpoint processing of each request that we receive.

I can give you an example of the supply of shrimp feed, which a Russian manufacturer exported to Europe and the United States. Of course, after the start of the military special operation, the supplier was faced with the fact that he could not organize the delivery of his product in the traditional ways. We managed to arrange it through our Turkish fellow traders. Now the manufacturer is at the stage of signing a contract with the partners. And we find such point solutions every day.

**– Do you think that today Turkish business is more interested in coming to megacities? What are the chances for strengthening inter-regional partnerships?**

– I believe that new opportunities are opening up for the regions as well. If, for example, if we are talking about fast food, especially the economy segment, which is the segment that will be most in demand in Russia, then, taking into account the decline in purchasing power of the population, the need for such networks is much higher in the regions, new players have easier access to the market than in big cities, because large cities are already saturated with American networks with well-established business processes. If we take the south of Russia, Siberia, the Urals, then not all fast food chains have made it to these federal districts yet. Chances are great that the new Turkish fast food outlets will be in demand in these regions, their turnover may even be higher than, for example, in Moscow.

Of course, the arrival of Turkish companies in special economic zones (SEZs), technology parks and industrial parks is promising for the development of interregional cooperation.



There are hundreds of such parks across the country today, and you do not have to come to Moscow or St. Petersburg to develop production facilities, especially since the costs are much higher here. Nothing prevents you from opening production facilities in the regions, where all the conditions are created and all the same benefits are offered, including tax incentives.

Today, Turkish manufacturers are ready to come to our market in the areas where they are traditionally strong – everything related to light industry, textiles, and medical devices. But they need our assistance. For example, a Turkish company producing medical devices was planning to enter our market two years ago, but could not register its products, which is very bureaucratic in our country. In order to facilitate the entry of such players, administrative barriers must be removed and done quickly, so that Turkish brands, which are now ready to replace the departing European and American manufacturers, do not turn around and go to other markets. The same

applies to the production of medicines. Turkey is a significant player here. At a conference held on April 21, 2022, a representative of a Turkish pharmaceutical company showed us a list of 20 countries where the company exports drugs. And in first place in terms of exports is South Korea. Russia is also in the top twenty countries, but last year imports from Turkey dropped by more than 30%! Now is the right time to increase it.

**– What kind of support measures can be provided today for businesses coming to Russia?**

– Firstly, I would like to note that support has begun to be provided in a more substantive way. For example, a huge number of fast food outlets have closed in Moscow today, and the city has responded by allocating impressive sums of money to provide grants to companies which open fast food restaurants in the capital. Grant amounts range from 1 to 5 million rubles for each newly opened point, which is not a bad help in reducing costs.



Traditionally, there is a fairly large package of support measures for foreign investors related to special investment contracts (SPICs).

Since 2020 there is a new tool to encourage investment in Russia – SPIC (agreement on the protection and promotion of capital investments). Its main innovation is the stabilization clause. Investors are given the opportunity to implement investment projects based on guarantees of the state not to apply acts which may worsen their situation.

In addition, there are offset contracts, which guarantee the purchase of goods produced in Russia by the only supplier, i.e., essentially bypassing bidding, etc.

All of these measures work and show their effectiveness, but this does not mean that we should limit ourselves to them. As I said earlier, we need to remove administrative barriers that hinder foreign partners from entering the market. Then there is a chance that our country will minimize its losses from economic sanctions.

**– Do you think Turkish companies have any concerns about entering the Russian market? Do they face pressure?**

– Today the Turkish leadership is under pressure from NATO, as well as from European and American partners who are unhappy that Turkey is not imposing economic sanctions against Russia. And Turkey is building a fairly accurate policy, but it has its own interests, which include Russia, and Turkey clearly states this. For

example, the country is creating a separate airline that will provide flights for Russian tourists who come to Turkey for vacation. Of course, it will not replace us and will not provide us with aircrafts to fly to all countries of the world, we are talking only about flights to Turkey, but it is certainly beneficial for both sides. Turkey is one of the countries that are friendly to us, that are well understood by the Russian mentality and with which we maintain a constructive dialogue both in business and at the highest levels of government.

**– In May 2022, the Russian-Turkish Dialogue Association together with the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs will hold the second annual forum “Russia-Turkey: New Trends and Opportunities. What are your expectations for this event?”**

– Yes, this forum will be held with the support of the Russian-Turkish Working Group at the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs and with information support from Russian Business Guide magazine. It is organized within the framework of the development of Russo-Turkish business dialogue. The association was created for this purpose. The task of the Russian-Turkish working group is to help Russian business in working with Turkey, help Turkish business to come to Russia, to ensure the flow of Turkish investments into Russia, reduce administrative barriers, the construction of new communication sites.

This is why the association Russian-Turkish Dialogue was created: the more platforms for communication, the more opportunities for business. In fact, we are now reviving the B2B meetings that were frozen because of the pandemic. The forum we’re going to hold is a new “window of opportunity,” a powerful new round of development. We always connect a lot of companies with each other at such events, we help build bridges not only between business structures but also between authorities. To give a simple example: when we held the Russian-Turkish Business Forum in 2018, it was on the margins of the forum that it was decided that Turkey would become a partner country in the upcoming 2019 Innoprom – Russia’s largest industrial exhibition, held in Ekaterinburg. Has it had an impact on the trade turnover between our countries? Absolutely! It was in 2019 that it grew by several billion dollars.

The peculiarity of the upcoming forum is that we strive for an open dialogue and are not afraid to raise issues on the most painful points in business and find solutions. For example, one of the forum sessions will be devoted to logistics, with which there are many problems today. We have invited companies that have faced these problems to share their experiences in solving logistics problems. If we do not “highlight” such stories at major forums, then we will not give the speed to the development of relations between countries, which at the expense of such events can be built up. Our task is to create as many conditions as possible for the birth of new ideas, projects and businesses.





# РОССИЙСКИЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ ГОТОВЫ К ВСТРЕЧЕ С ТУРЕЦКИМИ БРЕНДАМИ



**С** конца февраля 2022 года многие иностранные бренды приостановили свою деятельность в России или заявили об уходе с российского рынка. Но когда кто-то уходит, свободное место, появившееся на рынке, непременно занимает кто-то другой. Представители турецкого ретейла могут оказаться теми игроками, которые займут освободившиеся ниши.

**О перспективах возможности появления новых для нашего рынка марок мы поговорили с ПАВЛОМ ЛЮЛИНЫМ, вице-президентом Союза торговых центров: Россия – Белоруссия – Казахстан.**

**– Павел Борисович, в торговых центрах закрылись многие магазины иностранных брендов. Как их уход отразился на ТЦ?**

– Торговая недвижимость, едва оправившаяся от коронавирусных ограничений, столкнулась с уходом многих иностранных брендов или приостановкой их деятельности. Конечно, всё это достаточно серьёзно сказалось на торговых моллах, так как в торгово-развлекательных центрах хорошего уровня около 25-30% площадей занимают западные бренды, из них уже почти 50% закрыто. Если учесть имеющуюся среднюю вакантность в 10-11%, то сегодня в среднем можно говорить о 20-30% «закрытых дверей». Это уже критическая масса, когда падает трафик, кроме того, закрываются и другие арендаторы, которые работали за счёт синергии с этими магазинами.

При этом ситуация осложняется тем, что до сих пор не совсем ясно, что будет дальше: откроются вновь эти магазины или нет. Многие ретейлеры ведут отдельные переговоры, но гарантии, что ушедшие вернутся, нет, как нет и гарантии того, что оставшиеся не будут дальше закрываться. Возможное же закрытие остальных западных брендов поставит ТРЦ на грань выживания.

**– Если ли выход из этой ситуации?**

– Если не углубляться в политику, то самый рабочий вариант – это замена на другого арендатора. Российских брендов на данный момент, особенно в сегменте одёжного ретейла, не так много, и в крупных ТЦ они, как правило, уже представлены. Но на фоне ухода одних западных игроков с рынка заметно выросла активность других зарубежных компаний в России, в частности турецких. Сейчас Союз торговых центров ведёт переговоры сразу с несколькими игроками турецкого ретейла. Например, с турецкой сетью фастфуда Chitir Chicken о запуске сети ресторанов в России. В настоящее время речь идёт об открытии 5-10 собственных точек в крупных городах, но в дальнейшем, при удачном старте, число заведений может исчисляться сотнями за счёт франчайзинговой модели. Но есть один нюанс, который следует учитывать турецким компаниям из сегмента фастфуда: у меня был опыт работы с турецкими кебабными, и если сравнивать их с теми, что открываются в европейских странах, в самой Турции, то можно отметить, что в России у них гораздо ниже скорость обслуживания, а российский потребитель уже ориентирован на те высокие стандарты и скорости, которые предлагали другие сети, поэтому я бы рекомендовал стандарты качества скорректировать в сторону более быстрого обслуживания. И мы готовы оказать сети всяческую поддержку. Союз торговых центров и Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) готовы выносить

на обсуждение в Минпромторге вопрос о государственной поддержке Chitir Chicken в РФ: об установлении льготных таможенных платежей и кредитов и т. д.

Также представители Союза торговых центров недавно встречались с председателем Российско-Турецкого делового совета в составе Комитета внешнеэкономических связей Турции (ДЕИК) Иззетом Эмекчибаши, обсудили вопросы сотрудничества турецких брендов с российскими торговыми центрами.

Первым шагом на пути подписания контрактов стал первый международный бизнес-завтрак с участием представителей турецкого фастфуда. Это сеть Yesen Burger – один из лидеров турецкого рынка фастфуда, основанная в 2018 году; LK burger и LK pizza – сетевые рестораны пиццерии и бургерные, образованные в 2009 году в кооперации с крупнейшими брендами Starbucks и McDonalds; Arabica Coffee House, сеть кофеен/магазинов, и другие.

А 19 мая пройдет второй международный день арендатора в ТРЦ «Вегас Мякинино», где состоится специальная сессия, посвященная сотрудничеству с турецкими брендами и франшизами. На эту встречу также приедут представители турецких брендов, в основном это игроки fashion-индустрии, производители товаров для дома и т. п. Например, уже известно, что сегодня Турция всерьез намерена заменить датский бренд Jysk, ему принадлежит крупнейшая сеть мебельных магазинов в Дании, которая была представлена и в России. На этой встрече игроки турецкого ретейла смогут лично пообщаться с управляющими торговых центров, поставщиками продуктов и оборудования, представителями банков и другими участниками бизнес-сообщества.

**– Как вы полагаете, сможет ли турецкий ретейл закрыть все пустующие ниши, которые образовались после ухода многих западных марок?**

– Несомненный плюс турецкого ретейла не только в том, что страна расположена близко к России, но и в том, что у компаний уже есть немалый опыт работы в РФ, свои магазины, к ним уже сложилось доверие у российских покупателей. У турецких игроков представлены все сегменты, которые сейчас закрываются: fashion, косметика, товары для дома, фастфуд, мебель и др. Турция – давний торговый партнер, где уже есть сложившееся производство данных категорий товаров, и я уверен, что им будет проще заходить на рынок, чем многим брендам из других дружественных стран. Но процесс заполнения всех освободившихся площадей в торгово-развлекательных центрах не будет молниеносным. Представители турецкого ретейла предпочитают начинать с Москвы и Санкт-Петербурга, так что в наиболее уязвимой позиции находятся региональные ТРЦ.



НЕСОМНЕННЫЙ ПЛЮС ТУРЕЦКОГО РЕТЕЙЛА НЕ ТОЛЬКО В ТОМ, ЧТО СТРАНА РАСПОЛОЖЕНА БЛИЗКО К РОССИИ, НО И В ТОМ, ЧТО У КОМПАНИЙ УЖЕ ЕСТЬ НЕМАЛЫЙ ОПЫТ РАБОТЫ В РФ, СВОИ МАГАЗИНЫ, К НИМ УЖЕ СЛОЖИЛОСЬ ДОВЕРИЕ У РОССИЙСКИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ. У ТУРЕЦКИХ ИГРОКОВ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ СЕГМЕНТЫ, КОТОРЫЕ СЕЙЧАС ЗАКРЫВАЮТСЯ: FASHION, КОСМЕТИКА, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА, ФАСТФУД, МЕБЕЛЬ И ДР.

**– В связи с тем, что площади освободились и торговые центры сейчас находятся в сложной ситуации, не продавливают ли их потенциальные партнёры на невыгодные для ТРЦ условия? Или, возможно, сами торговые центры готовы предоставлять какие-либо льготы новым турецким арендаторам?**

– На данный момент речь о диктате или принуждении к каким-либо особенным преференциям не идёт. Но надо понимать, что новые игроки турецкого ретейла с осторожностью выходят на российский рынок, поскольку в условиях с неясной перспективой у них возникают опасения, что ситуация

может поменяться после их прихода, а бизнес может стать убыточным. Поэтому на входе они рассматривают несколько вариантов сотрудничества – это возможность сотрудничества по франшизе или поставка товаров, что, безусловно, минимизирует их риски. Мы провели опрос, который показал: запрос такой есть – привлекать турецкие бренды хотят как ретейлеры, так и торговые центры.

И второй вариант – долгосрочные договоры на несколько лет, которые обеспечивают их владельцам уверенность в том, что в случае возвращения ушедших марок на российский рынок они не понесут внезапных издержек и не будут поставлены в





ДОЛГОСРОЧНЫЕ ДОГОВОРЫ НА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ ОБЕСПЕЧИВАЮТ ИХ ВЛАДЕЛЬЦАМ УВЕРЕННОСТЬ В ТОМ, ЧТО В СЛУЧАЕ ВОЗВРАЩЕНИЯ УШЕДШИХ МАРОК НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОНИ НЕ ПОНЕСУТ ВНЕЗАПНЫХ ИЗДЕРЖЕК И НЕ БУДУТ ПОСТАВЛЕННЫ В УСЛОВИЯ, КОТОРЫЕ ВЫНУДЯТ ИХ ПРЕКРАТИТЬ ЗДЕСЬ СВОЙ БИЗНЕС.

условия, которые вынудят их прекратить здесь свой бизнес.

Что касается самих торгово-развлекательных центров, то я проводил опрос управляющих ТЦ о том, готовы ли они предоставлять какие-либо скидки по арендной плате тем, кто заходит на закрывшиеся площади, и большинство готово впустить новых арендаторов, снизив цену на аренду примерно на 20% от предыдущей. И это всего лишь общий показатель, «средняя температура». Я уверен, что если это какой-то качественный, перспективный бренд, то речь может пойти и о более «вкусных» условиях.

**– Что можно сказать о качестве турецких брендов, которые приходят на замену?**

– Если говорить, например, о сегменте fashion, то это производители и сетевые магазины одежды хорошего качества в сегменте массмаркет, там же, где работают и большинство выходящих из РФ брендов. По качеству они сопоставимы с Zara, H&M, многие даже отшиваются на одних и тех же фабриках. Хорошего качества товары для дома. В косметическом ретейле турецкие марки не были широко представлены в нашей стране, но отзывы по рынку положительные. В любом случае эти игроки выходят на рынок, где у покупателей уже есть определённые требования к качеству товаров, так что планка опускаться не будет.

**– Можно ли оценить количество игроков, которые потенциально могут прийти на российский рынок?**

– Турецких марок, которые не представлены в России, несколько сотен, но, безусловно, не все из них готовы или могут выйти на наш рынок. Например, достаточно осторожно на фоне экономических санкций себя ведут те игроки, которые уже имеют бизнес в западных странах, скажем – в Германии, опасаясь ухудшения сложившихся отношений со своими партнёрами. Но полагаю, что те марки, которые родились и выросли в Турции, будут широко представлены на нашем рынке. В основном это будут крупные и средние игроки со сложившейся репутацией.

**– Какую помощь турецкому ретейлу, выходящему на российский рынок, может оказать Союз торговых центров?**

– Основная помощь – это связь с торговыми центрами, установление контактов, организация конференций и круглых столов, сбор заявок на турецкие бренды. Кроме того, мы сопровождаем турецких бизнесменов, прилетающих в Россию на переговоры, оказываем им помощь в размещении, консультируем. Главное – сохранение спокойствия, так как для многих проблем есть решения, которые просто надо найти.





RUSSIAN SHOPPING CENTERS  
ARE READY TO MEET  
**TURKISH BRANDS**



**S**ince the end of February 2022, many foreign brands have suspended their activities in Russia or have announced their withdrawal from the Russian market. But when someone leaves, the vacant place which has appeared on the market is inevitably taken by someone else. Representatives of Turkish retail may turn out to be the players who will occupy the vacated niches. We talked to PAVEL LULIN, Vice-President of the Union of Shopping Centres: Russia – Belarus – Kazakhstan, about the prospects for the possibility of new brands appearing on our market.



about launching a chain of restaurants in Russia. At the moment we are talking about opening 5-10 own outlets in major cities, but in the future, with a successful start, the number of establishments could be in the hundreds due to the franchise model. But there is a nuance that Turkish companies in the fast food segment need to consider: I have had experience working with Turkish kebab restaurants and if you compare them to those that open in European countries, in Turkey itself, you can see that in Russia they have much lower speed of service, while the Russian consumer is already focused on the high standards and speed that other chains offer, so I would recommend that the quality standards be adjusted in the direction of faster service. And we are ready to support the chain in every way possible. The Union of Trade Centers and the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs (RSPP) are ready to bring up the issue of state support for Chitir Chicken in Russia for discussion at the Ministry of Industry and Trade: the establishment of preferential customs duties and loans, etc.

Also, representatives of the Union of Trade Centers have recently met with the chairman of the Russian-Turkish Business Council within the Committee of Foreign Economic Relations of Turkey (DEIK) Izzet Ekmekchibashi, discussed issues of cooperation of Turkish brands with Russian trade centers.

The first step towards signing contracts will be the first international business breakfast with representatives of Turkish fast food. These are Yesen Burger chain, one of the leaders of the Turkish fast food market, founded in 2018; LK burger and LK pizza, pizzeria and burger chain restaurants formed in 2009 in cooperation with major brands Starbucks and McDonalds; Arabica Coffee House, a chain of coffee shops/stores, and others.

And on May 19 there will be the second international Tenant's Day in "Vegas Myakinino" shopping mall, where a special session on cooperation with Turkish brands and franchises will take place. This meeting will also be attended by representatives of Turkish brands, mainly players in the fashion industry, manufacturers of household goods, etc. For example, it is already known that today Turkey seriously intends to replace the Danish brand Jysk, it owns the largest chain of furniture stores in Denmark, which

– *Pavel Borisovich, many stores of foreign brands have closed in shopping centers. How did their exit affect the shopping centers?*

– Retail real estate, which has barely recovered from the coronavirus restrictions, faced with the departure of many foreign brands or the suspension of their activities. Of course, all this has seriously enough affected shopping malls, because in good quality shopping centers about 25-30% of space is occupied by Western brands, of which almost 50% is already closed. If we take into account an average vacancy rate of 10-11%, today we can talk about an average of 20-30% of "closed doors". This is already a critical mass, when traffic decreases, in addition, other tenants, who worked due to synergy with these stores, are also closing.

At the same time, the situation is complicated by the fact that it is still not quite clear what will happen next: will these stores reopen or not. Many retailers are engaged in

separate negotiations, but there is no guarantee that those who left will return, just as there is no guarantee that the remaining ones will not continue to close. The possible closure of the remaining Western brands would put the mall on the verge of survival.

– *Is there a way out of this situation?*

– Without going into politics, the most workable option is to replace them with another tenant. There are not many Russian brands at the moment, especially in the clothing retail segment, and as a rule they are already represented in large shopping centers. But against the background of the departure of some Western players from the market the activity of other foreign companies in Russia, in particular Turkish companies, has increased noticeably. The Union of Shopping Centers is now in negotiations with several Turkish retail players at once. For example, with the Turkish fast food chain Chitir Chicken

was represented in Russia. At this meeting Turkish retail players will be able to talk personally with the managers of shopping centers, suppliers of products and equipment, representatives of banks and other members of the business community.

**– Do you think Turkish retail will be able to fill all the empty niches which have formed following the departure of many Western brands?**

– The undoubted advantage of Turkish retail is not only that the country is close to Russia, but also that the companies already have considerable experience of working in Russia, their own stores, and they have already gained the trust of Russian buyers. The Turkish players have all the segments which are closing now: fashion, cosmetics, household goods, fast food, furniture, etc. Turkey is a long-standing trading partner, where there is already established production of these categories of goods, and I'm sure it will be easier for them to enter the market than for many brands from other friendly countries. But the process of filling all the vacated space in shopping and entertainment centers will not be lightning fast. Representatives of Turkish retail prefer to start in Moscow and St. Petersburg, so regional shopping malls are in the most vulnerable position.

**– Due to the fact that areas are vacant and shopping centers are now in a difficult situation, are their potential partners not pushing for disadvantageous conditions for malls? Or perhaps the shopping centers themselves are willing to provide any benefits to new Turkish tenants?**

– At the moment we are not talking about dictat or forcing any special preferences. But you have to understand that new Turkish retail players enter the Russian market with caution, because in an environment with an unclear future, they fear that the situation may change after they come, and the business may become unprofitable. This is why they consider several options for cooperation when they enter, such as franchising or supplying goods, which certainly minimizes their risks. We conducted a survey, which showed that there is such a request – both retailers and shopping centers want to attract Turkish brands.

And the second option – long-term contracts for several years, which provide their owners with confidence that in the case of the return of the departed brands on the Russian market, they will not incur unexpected costs and will not be put in conditions that would force them to stop their business here.

As for the shopping and entertainment centers themselves, I conducted a survey of managers of shopping centers on whether they are willing to provide any discounts on rent to those who come into the closed areas, and most are willing to let new tenants in, reducing the rent price by about 20% of the previous



price. And that's just a general indicator, an "average temperature". I'm sure that if it's some quality, promising brand, then we can talk about more "tasty" conditions.

**– What can you say about the quality of those Turkish brands coming in to replace them?**

– If we are talking, for example, about the fashion segment, then these are manufacturers and chain stores of good quality clothing in the mass market segment, the same place where most of the brands coming out of Russia work. In terms of quality, they are comparable to Zara and H&M, many are even sewn in the same factories. Good quality goods for the home. In cosmetics retail, Turkish brands have not been widely represented in our country, but reviews on the market are positive. In any case, these players are entering a market where customers already have certain requirements for the quality of goods, so the bar will not be lowered.

**– Can you estimate the number of players who could potentially come to the Russian market?**

– There are several hundreds of Turkish brands which are not present in Russia, but of course not all of them are ready or able to enter our market. For example, against the background of economic sanctions, the players who already have a business in Western countries, for example in Germany, are quite cautious, fearing the deterioration of existing relations with their partners. But I believe that those brands that were born and raised in Turkey will be widely represented in our market. It will mostly be large and medium-sized players with an established reputation.

**– How can the Union of Shopping Centers help Turkish retailers entering the Russian market?**

– The main help is liaising with shopping centers, establishing contacts, organizing conferences and round tables, collecting applications for Turkish brands. In addition, we accompany Turkish businessmen who come to Russia for negotiations, help them with accommodation and consult them. The main thing is to keep calm, because for many problems there are solutions that just have to be found.