STRATEGY Links
AccEssMeeting
ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY
Business Center «Voentorg». 125009, Moscow,
Vozdvizhenka str., Building 10 | Floor 3
Tel.: +7 985 910 8880
Site: www.CN888RU.com Mail: cbruskova@strategy-links.com

Organiser | Leading Gulf Airline | Leading Middle East Hotels & Resorts

STRATEGY Links AccEssMeeting ROAD SHOW INVESTMENT AGENCY | AirArabia | SHANGRI-LA GROUP

Analytical Partner | Strategic Partners

KANTAR TNS | РУС ПРОД СОЮЗ | B2B PROM | ASYAD | MASTERCERT | I·A·I·B INTERNATIONAL ASSOCIATION OF ISLAMIC BUSINESS | WORLD HALAL TRUST GROUP

18th AccEssMeeting START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

ВЭД со странами АРАБСКОГО залива МАГРИБА и АФРИКИ:

Безальтернативное внешнеторговое партнерство

Дата: *30 Июня 2023 года* **Формат:** G02MATCHMAKING & DISTRIBUTION TRADE SHOW & InterTRADE B2B

Место проведения: Отель Holiday Inn Tagansky - Конгрес-холл Симоновский (Москва Симоновский Вал, 2)

18th AccEssMeeting START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

Go2MATCHMAKING & DISTRIBUTION TRADE SHOW & FOREIGN TRADE STRATEGIES

Запрос относительно участия в MeetUp-ах и структурированию ВЭД сделок с партнерами из стран Залива, Магриба и Африки

Уважаемый делегат,

30 Июня 2023 года в генеральном партнерстве с *KPMG/KEPT (MENA & СНГ)*, аналитические партнеры Nielsen IQ (MENA & РФ), *Kantar Sub Saharan Africa Insights* (Кения & ЮАР), при поддержке *FAO и UNIDO (OOH)* пройдет 18th AccEssMeeting ImpEx START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA – DISTRIBUTION Trade Show для внешнеторговых российских корпоратов на тему: «ВЭД со странами АРАБСКОГО залива, МАГРИБА и АФРИКИ: безальтернативное внешнеторговое партнерство» (ссылка на сайт). Место проведения: *Holiday Inn Tagansky – Москва, Симоновский вал ул., д. 2.*

Страновой ВЭД фокус: Арабский залив*, Магриб* и Субсахарская Африка (49 государств)

*Саудовская Аравия	ОАЭ	Египет	Турция	Катар
Иран	Кувейт	Алжир	Иордания	Марокко
Бахрейн	Ирак	Оман	Израиль	Тунис

Цели ВЭД Start2Match: MIDDLE EAST | MAGHREB | PanAFRICA – DISTRIBUTION Trade Show:

1. Участники получат: *консолидированную базу -> 87 дистрибуторов стран MENA и Субсахарской Африки:*
   - **контакты/точки входа в *On|Off Line B2B, B2C, B2D-розницу*, на ритейл полку операторов стран Залив и Африки;**
   - **практические инструменты оценки «страновой матрицы востребованности SKU/товарных групп» дистрибутора;**
2. **Успешные ВЭД-корпораты** открыто:
   1) вскроют *отрицательные модели* преодоления барьеров при наращивании ВЭД в страны MENA и Африки;
   2) обозначат инструкции и частный опыт по работе с *Off Line ретейлерами, закупщиками, дистрибуторами и каналами On Line продаж + маркетплейсами стран Ближнего Востока, Магриба и Субсахарской Африки;*
3. **Повышение** конкурентного уровня профильных ВЭД-специалистов для сбыта товарных групп по *On Line и Off Line каналам дистрибуции* и *продаж* на экспортных рынках стран **Арабского залива, Магриба и Африки;**
4. **ВЭД-корпораты** детально опишут **потери** от негативных упр. решений\отсутствия опыта и представят пути преодоления (на примере корпоративных кейсов, своих SKU в *Заливе, Северной и Субсахарской Африке*);

Программа ВЭД MeetUp Start2Match делится на 2 блока:

MeetUp №1: MIDDLE EAST & MAGHREB - DISTRIBUTION Trade Show

MeetUp №2: PanAFRICA - DISTRIBUTION Trade Show

MeetUp №1: GULF & MAGHREB *OFF\ON LINE* InterTRADE + Distribution

продажа через «арабскую ритейл полку» и O2O (On Line to Off Line Distribution) в регионе MENA

I. Дистрибуция через ритейл-полку *Department stores, Grocery supermarkets, Discount stores, Hypermarkets, Convenient stores* стран Ближнего Востока и Северной Африки. Эффективные *стратегии по снижению затрат* при *поиске Off Line партнера*
II. Особенности конкурентного продвижения в *Retail Chains, Home-Meal Replacement (HMR), FMCG Platforms, HoReCa (отели, рестораны, кафе, кэтеринг), Restaurant and Institutional (HRI) дистрибуторских сегментах* стран Залива и Магриба
III. Какие SKU востребованы у FMCG ритейл-дистрибуторов - ключевые пункты закупочной политики сетей (кейсы):

Ближневосточных ретейлеров: *Tammim, SAVOLA Group, Al-Othaim Markets, FARM Superstores, Al Raya Supermarkets, Bin Dawood Supermarkets, Al Sadhan Supermarkets, Majid Al Futtaim Supermarkets, Landmark Group, Almarai Al-Watania др.*

Bananas-Convenient Store: *Sunbulah, Euromarche, Jazeera, Star, Sarwat, Mandarin, Badruddine, Matajer, Nakheel, Nouri, Anoud*

Гипермаркетов: *Panda, Geant, Shanklin, Backer Modeli, Al-Othaim, Danube, Lulu, Carrefour, Saudi, Manual, Surat Hypermarkets*

Дистрибьюторов и переработчиков: *Salim Basamah Company, Al Islami Foods, Al Kabeer, Al Areesh, Arctic Gold, Emirates Trade*

Кооперативных магазинов: *Union Coop, Emirates Cooperative Society, Bain Al Jesrain Co-Operative Society др.*

FMCG дистрибуторы и закупщики из стран MENA ответят на перечень вопросов:

- Почему **73% продаж товарных групп FMCG** в регионе MENA приходится на целевые категории, при этом на долю современных форматов розничной торговли суммарно на КСА, ОАЭ и Катар приходится **более 82% продаж**?
- Каковы *ключевые* **пункты закупочной политики** арабских импортеров\сетей (*кейсы*)? Инструменты «*двухлинейных трюков*» дистрибуторов, закупщиков, импортеров КСА, Катара, Бахрейна, Египта и ОАЭ – в чем страновая особенность?
- Почему важно развивать стратегию входа *не только в FMCG розницу*, но и **в арабскую HoReCa**? Политика закупа;
- Каковы *стандартные* **условия с отсрочкой платежа** от *60 дней* в зависимости от условий ритейл-сетей в MENA – на примере кейсов (*Carrefour, LuLu, Al Maya, Spinneys, Union Coop, Choithrams, West Zone etc.*)? От представителей в зале;
- Какие розничные сети Магриба **не берут платы за размещение SKU**? Почему стоимость *размещения, налоги, логистика\услуг таможенной очистки, хранения, реализации и доставки - входят в общую надбавку?*

- Как осуществить **контроль и валидацию фактического исполнения плана продаж и маркетингового продвижения?** Построение коммерческих условий и налаженных договорных отношений с закупщиком - негативные кейсы сбыта;
- Каким образом реализовать систему **точного управления запасами** при работе *с локальным дистрибутором (+\-): экспортные поставки в ритейл-сети Залива без временного хранения и дополнительных логистических цепочек?*
- *Какие группы товаров и почему* **востребованы** *у арабских потребителей* – местная специфика выбора и потребеления
- **Экспортные стратегии** представления *востребованных товарных групп с учетом сегментации продуктов с высоким темпом роста в Заливе.* Примеры дистрибуции в *ОАЭ, КСА, Египте, Кувейте, Омане, Марокко, Алжире*
- Арабский дистрибутор несет ответственность за **любые претензии ритейлера к качеству продукта** - на что нужно обратить *внимание для прохождения этапа тщательной приемки продукции на стороне закупщика?*
- Какие **бюджеты заложить** *для эффективного листинга* при размещении в ритейл-сети 1 SKU в Заливе и Магрибе?
- В каких странах MENA ритейл-сети работают **только с *собственным пулом поставщиков***, а в каких (к примеру: КСА, Кувейт) возможен ***прямой «trade-вход»?*** Обоснованность *открытия торгового представительства или ТД в Заливе?*
- Каковы **косты за *регистрацию нового поставщика*** *в ритейл-сети MENA*? Переговорные позиции/специфика договора
- Как правильно *выстроить месячный, квартальный или годовой* **рибейт в %** и как он зависит от категории SKU и ритейл сети того или иного эмирата\страны Залива?
- Какова **политика ритейл-сетей MENA** в части *построения и выполнения* **квартального плана продаж SKU**, *необходимые условия присутствия в ритейл-сети и закупочной ведомости дистрибутора?* Успешный опыт Литвы и Польши;
- Как выстроить и использовать **платные инструменты продвижения** *для выполнения плана в ритейл-сетях Залива*? Как не попасть на пересмотр *стоимости размещения при невыполнении плана?* Обеспечение последней мили в Заливе
- Каковы **стандартные модели работы** в странах Арабского Залива: *специфика поставок через дистрибуторы, напрямую в розничные сети, через открытие представительства?* Специфика работы через FTZ – *кейсы Zara, Reserve в РФ;*
- Почему при подборе дистрибутора в регионе MENA важно удостовериться в *складских площадях* - во избежание преждевременной *порчи продукции, неполучения прибыли вследствие разногласий с клиентом?*
- Как **отрабатывать возвраты**: в случае истечения срока годности? Как и кем организуются акции и предоставляются скидки? На сколько эффективно *поставить SKU в сетевые дисконтные магазины?* Какие обязательство берут дистры?
- Почему важно прописывать: **срок действия коммерческого предложения**, *волатильность курса, заключать в нац. валюте (привязка к US$), обозначать расходы на логистику исходя из* ***условий FOB и CIF?***
- Производство *под собственным брендом* или «*арабское SKU*». *Регистрация товарной марки\бренда в странах MENA?*
- Обосновано ли полагаться на запрос крупных ритейлеров и дистрибьюторов в части предложения использования партнерских договоров с их **международными перевозчиками**? Новые логистические сервисы в и через Залив
- Как правильно построить *sales-коммуникации*: через **цифровые каналы** (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok), с высокой долей проникновения (более 92%) и возможностью таргетированных кампаний + **традиционных** (ТВ, радио, печать) рекламных каналов стран MENA – *акцент на арабскую культуру и язык титульной нации*
- Дистрибуция и продажи **через маркетплейсы стран MENA:**
  - *Amazon-souq.com* (47 млн. ежемесячных посетителей), *Noon.com* (32 млн), *Awoke.com* (29 млн)
  - *Wadi.com, Wywysada.com, Wamli.com, Alshop.com, Buylebanese.com, Namshi.com, Landmark Shops, Mumzworld.com, Aids.com, Carrefouruae.com, Letstango.com, Terrible.com, Basharaccess.com*
- Почему арабский потребитель платит исключительно ***в момент доставки заказа?*** Специфика последней мили в Заливе
- В чем обязательства открытия российскими экспортерами ***Е-счета*** *в ряде стран Залива?* Претензионный характер
- Почему для РФ ВЭД компании важна возможность экспозиции на *Duty free E-Comm хабе Matajir.com и др.?*
- **Эффективные стратегии позиционирования** - кейсы. Работа с Hi-End, MBS, 3G-Маркетинг, рынок KOL, микро-ритейл, социальный маркетинг. Cross Border \ Audience Insight Finder. *Календарь главных E-Comm событий*
- ***Сезонность*** *экспортных поставок*. Экспорт *в Рамадан, Девали и иные праздники в страны MENA*

MeetUp №2*:* PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

Ключевые критерии закупочной политики и страновые особенности африканских импортеров (кейсы)

- В каких странах Африки *наиболее эффективен реэкспорт товарных групп из ряда стран Ближнего Востока*?
- Как **правильно зайти через страны GCC** в страны восточного побережья Африки? Каковы *наиболее востребованные рынки оптовой торговли на Ближнем Востоке, куда приезжают закупщики из Африки и где формируют сборные контейнеры прямо на месте? Каковы цивилизованные пути, при которых существует гарантия получения денег?*
- Почему целый ряд мировых компаний считает самыми интересными странами *Нигерию, Гану, Замбию, Кению, Уганду, ЮАР, Ботсвану?* Какие рынки Африки называются «**бездонные бочки**» (население >200 млн человек)?
- ***Почему ритейл Африки контролируют ливанцы, арабы, индусы, китайцы?*** Кто, в основном, крупные импортёры?
- Каким образом обеспечить оперативное решение логистических проблем с африканским дистрибутором?
- *Инструменты* налаживания контактов с представителями *регуляторных органов* и *контрагентами в Африке*?
- Нужно ли платить «*за вход на ритейл полку» африканскому ритейлеру* – фактор *ключевой цены (на примере кейсов)?*
- Почему малейший **признак раздражения или нетерпения, любое агрессивное высказывание мгновенно может перечеркнуть месяца построения продаж на африканском континенте?**

- Почему в стоимостном выражении потребление приоритетных категорий продукции **делятся 50/50 между современными и традиционными каналами продаж** (*ShopRite и Checkers (7 тыс. магазинов), Pick n Pay, SPAR, Spatz Store)?*
- Почему африканский потребитель предпочитает **большие упаковки**? Как создать **ощущение** «**выгодной покупки**»? Почему обоснованно продавать «**на развес**», без упаковки (цены на полках соответствуют ценам в России (±10-15%)?
- Как получить в Африке *большой заказ и правильно ли начинать с «маленьких шагов»*? Тестирование надежности и терпения российского экспортера как **гарантия долгосрочного партнерства**. Каковы особенности импортеров*?*
- Как преодолевать **дефицит навыков ваших агентов при продвижении товарной группы**? Почему не стоит ожидать от африканского покупателя ***подробного технического задания, спецификации или правильно заполненной анкеты?***
- Почему не оправдано пытаться выйти на конечного потребителя **самостоятельно**? Специфика договорных отношений
- *Поиск надежного партнера* и как *«уговорить его» представлять ИМЕННО Ваш товар на рынке*, выделив ему небольшой маркетинговый бюджет? Эффективные *инструменты по определению* и *правильному выбору агентов*?
- Почему большинство российских товаров не всегда *конкурентны по цене - лишь в случае построения собственной дистрибуции?* Приводит ли к двойному росту стоимости товара работа с местными импортерами или дистрибьюторами?
- Оправдан ли *поиск партнеров в каждой конкретной стране Африки*, *при достаточно ограниченных объемах рынка?*
- Как *правильно сформировать бюджет на продвижение* и стоит ли *его доверить локальному партнеру*?
- Как **минимизировать цену SKU** по формуле «**импортер – дистрибутор – крупный опт – мелкий опт – ритейлер**» в Африке?
- *«Работающая» фасовка, консистенция в странах Африки*: адаптированный продукт – приоритет над ценой
  - Является ли *упаковка ключевым фактором*? Как правильно в переговорах фокусироваться *на фактор цены*?
  - Важно ли чтоб на упаковке *не было «белокожих образов»? Иные важные особенности локального потребителя*
- Каковы **затраты на омологацию**: маркетинг «новой продукции», стимулирующие акции и мотивационные программы?
- Почему в Африке свои **требования к качеству товаров** (не обязательно наличие HAASP, ISO, но обязательно наличие внутренних сертификатов соответствия качества и безопасности продукции)? Почему рекомендовано *организовывать получение сертификатов чистоты трюмов от специально* **аккредитованных GAFTA/FOSFA инспекторских компаний**?
- В каких странах товар будут обязательно *проверять на соответствие местным или международным стандартам?*
- Как **преодолеть уловку африканских импортеров**, которые стремятся настаивать на включении в контракт *общих положений о требованиях к «качеству товара в соответствии с требованиями и стандартами» их стран*? Позволит ли это обязательство (является слишком широким и фактически будет возлагать неограниченное количество требований и стандартов, о которых вы даже не подозреваете) избежать вам штрафов? **Практические решения:** *на примерах*
- В каких случаях российским экспортерам следует настаивать на включении **в контракт «золотого правила»** – о *финальности сертификата качества, состояния и веса товара в порту отгрузки?*
- На какие формулировки в структурировании договора экспортной сделки **нельзя соглашаться**? Как правильно прописать и ограничиться упоминанием лишь ***конкретных параметров качества поставляемой российской продукции, оценку которым должен будет дать сюрвейер в порту погрузки путем выдачи соответствующего сертификата?***
- Каким условиям предпочтительно отдавать (FOB, CIF, CFR)? Почему крайне взвешенно стоит подходить и соглашаться **на базисы DAP, DDP и схожие с ними?** Каковы основные риски утраты и порчи груза?
- **Многоэтапная система логистики**: *товар не раз перегружается на различные транспортные средства, и упаковка должна выдерживать все перемещения* - важный фактор, недооцененный российскими экспортёрами?
- Каким образом получить *достоверную аналитику по африканским рынкам*? «**Разведка на месте или боем**». Кейсы.
- **Транзитное время поставки из России** – алгоритмы сокращения *времени и логистических костов в ряде стран Африки?*
- Важно ли при структурировании сделок знать и **предлагать разные виды отсрочек**, объяснить условия их предоставления, иметь *под рукой примеры контрактов с аналогичными покупателями на условиях отсрочки, разбираться в экспортном страховании?* Иметь опыт общения с банками и типовой перечень условий финансирования **для экспортного кредита**?
- Почему в Африке преимущественно оплата происходит ***по безотзывному аккредитиву***? Стоит ли склонятся **к аккредитиву, открытому в первоклассном европейском банке**? Работает ли локальный рынок на основе «оплата против документов»? Можно ли использовать обеспечение обязательств *покупателем банковской гарантии?*
- Нужно ли настаивать *на выдаче гарантии исполнения контракта покупателем*? Когда это стоит делать, а когда скорей воздержаться? Работают ли в Африке **отсрочки на условиях аккредитива и банковской гарантии?**
- Почему не рекомендуют соглашаться на применение к контракту поставки **национального права какой-либо из африканских стран**, а советует *инкорпорировать в контракты стандартные формы GAFT или FOSFA? ВЭД-кейсы*
- Каковы самые **опасные рынки Африки куда не стоит выходить**? ***Мошеннические схемы, используемые африканцами***

Просим Вас (профильных коллег) рассмотреть возможность принять участие в Workshop (проект Программы прилагается).

С уважением,
Лукиан Владислав
Управляющий директор
AccEssMeeting

18th AccEssMeeting START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

ПРОГРАММА DISTRIBUTION TRADE SHOW

Регламент	Сессии \ Спикеры
09:00--10:00 10:00--14:00	Регистрация слушателей. Приветственный кофе. Business Networking Middle East Distribution & Trade: Экспортные поставки через On\Off Line каналы в страны Арабского залива
10:00-10:20 Q&A 5 мин	Сергей Игишев – Генеральный представитель, *YallaMarket и YallaHub* (ОАЭ, КСА) ***YallaHub, система развития продаж в ОАЭ, цифровая дистрибуция - как попасть на полки в рознице и все маркетпейсы в ОАЭ и Саудовской Аравии***
10:25-10:45 Q&A 5 мин	Игорь Егоров - Global Markets Director – Europe & CIS, *ASYAD Group & OMAN Post* (Оман) ***Дистрибуция, ВЭД-продажи, логистика и последняя миля через ASYAD и Oman Post в странах MENA***
10:50-11:10 Q&A 5 мин	Евгений Галацан – Зам. генерального директора, *Incona, Оператор российских павильонов в КСА и ОАЭ* ***Особенности продвижения и дистрибуции товаров в странах Персидского Залива***
11:15-11:35 Q&A 5 мин	Дарья Князева – Руководитель департамента по работе с Турцией, *Asper* (Турция) ***Организация продаж российских товаров на Trendyol - крупнейшем маркетплейсе Турции***
11:40-11:55	Олеся Бобкова, Оксана Северена – Менеджер по продажам - Россия, *AirArabia* (ОАЭ) ***Авиапассажирский и карго флагман Эмиратов Абу-Даби и Шарджа. Из Москвы и России по всему миру***
11:55-12:15 Q&A 5 мин	Ирина Крючкова - Основатель и Директор, *Trans Net LLC*, Cargo Village, *Dubai International Airport* (ОАЭ) ***Тонкости продаж через маркетплейсы ОАЭ. Новая ВЭД цифровизация & порталы (таможня, авиа, море)***
12:20-12:40	Андрей Шурыгин – Основатель компании, *Gulfamilies LLC* (ОАЭ, GCC) ***Импорт в ОАЭ как окно возможностей для торговли на рынках Ближнего Востока и стран Африки***
12:40-13:00 Q&A 5 мин	Глеб Толстов – Операционный директор, *Zone Smart* ***On Line каналы продаж и дистрибуция в Турции и ОАЭ: оптимальные решения***
13:05-13:25 Q&A 5 мин	Кристина Танцюра - CEO и Управляющий Партнер, SKY Consulting Group ***Особенности сертификации товаров для импорта в ОАЭ и страны Ближнего Востока***
13:30-13:40	Алексей Сидоров – Глава, дистрибутор продуктов питания\FMCG\HoReCa, *Butcher`s Pride* (Уганда) ***Каналы дистрибуции и продажа в ритейл, HoReCa в Уганде. Экспорт в рамках Private Label. Фасовка***
13:40-13:50 Q&A 5 мин	Константин Якушев – Генеральный представитель в России и СНГ, *Shangri-La Group* (Global) Консолидация успешных MICE-решений и бизнес связей в рамках инфраструктуры Shangri-La в Заливе
Модератор	Кристина Танцюра – Генеральный директор, *SKY Consulting Group* (ОАЭ)
14:00-15:00 15:00-18:00	Stand-Up Business Lunch. Networking & B2B с лекторами-практиками. AFRICA Trade & Distribution: Экспортные поставки через On\Off Line каналы в Африку. Сертификация Halal
15:00-15:20	Сергей Шейхетов – Глава подразд. качественных исследований, *Kantar Sub Saharan Africa Insights* (Кения) ***Выход на рынки B2B Кении, Нигерии, ЮАР. Особенности, перспективы, потенциальные проблемы***
15:20-15:35 Q&A 5 мин	Рекс Эссеново – Генеральный директор, *B2B Prom LLC* (Нигерия) ***Экспорт и дистрибуция в Нигерию через B2B Prom Ltd. Портфолио кейсов. Негативные стороны***
15:40-15:55 Q&A 5 мин	Франсуа Терри Арестид Байя / Якам Нкуамен Фирмин – Директор, *Диаспоком* (Камерун) ***Коммерческие отношения и ВЭД с Камеруном. Экономическое сотрудничество с Центральной Африкой***
16:00-16:15 Q&A 5 мин	Ирина Саадуева - Советник по Центральной Азии, Бизнес-платформа *EurAsia Gulf* (регион GCC) ***Возможности выхода на рынок стран Арабского залива с помощью бизнес-платформы EurAsia Gulf***
16:20-16:35 Q&A 5 мин	Владимир Елькин – Генеральный директор, *PANGEYA* ***Как масштабировать продажи через зарубежные онлайн-площадки: страны Залива и Африки***
16:40-16:55 Q&A 5 мин	Ольга Савичева – Эксперт по международным партнерским программам, *Российский экспортный центр* ***Национальные магазины: продвижение через каналы торговли в странах Залива и Африки***
17:00-17:10 Q&A 5 мин	Дмитрий Шатунов - Председатель комиссии по ВЭД с Алжиром, МТПП ***Реализация продукции на рынке Алжира. Новые рынки сбыта в Магрибе***
17:15-17:30 Q&A 5 мин	Фаррух Азимов - Президент, *World Halal Trust Group и The Association of Halal Certifiers* (AHAC) ***Перспективы Халяль индустрии (требования мусульманских стран к Халяль сертификации)***
17:35-17:50 Q&A 5 мин	Самат Садыков – Генеральный директор, *Mastercert | TÜV Nord, IRCA Austria* (GCC) ***Сертификаты соответствия CoC для гарантии поставок продуктов в Саудовскую Аравию***
Модератор	Антон Акимов - Директор по взаимодействию с органами государственной власти, *Cordian*
18:00-18:30	Вечерний Networking – неформальное общение

18th AccEssMeeting START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

НАШИ ПАРТНЕРЫ & КЛИЕНТЫ

+2115 корпоратов

18th AccEssMeeting START2MATCH: ARAB GULF | MAGHREB | PanAFRICA DISTRIBUTION Trade Show

AccEssMeeting Export Road Shows & Distribution Trade Shows Portfolio

Формат AccEssMeeting проводится на постоянной основе в материковом\оффшорном Китае и странах Ближнего Востока (*Пекин, Абу-Даби, Шанхай, Дубай, Гонконг, Гуанчжоу, Москва, Рига, Манама и др.)*

Sberbank Russia - Ex_Im Workshop 2019

KPMG Russia&CIS - Ex_Im Workshop 2020

ROSBANK - Investment Workshop 2018

Sberbank - Beijing Road Show 2017

VTB&VEB - Abu Dhabi Road Show 2015

Sbebank&VTB - Beijing Road Show 2016

Sberbank&VTB - Shanghai Road Show 2016

VEB&Sberbank - Dubai Road Show 2013

UNIDO GMIS - Abu Dhabi 2018

Moscow - Distribution Trade Show 2023

Riga - Invest Road Show 2013

KPMG China - Beijing Master Class 2017

Sberbank&VEB Abu Dhabi Road Show 2019

VEB - Manama Road Show 2015

KPMG Russia - Ex_Im Workshop 2019

Новостные репортажи – CCTV \ CGTN \ Russia Today – клик на фото

CCTV Asia Biz News Report – NDR 2015

CGTN America Biz News Report–NDR 2017

Abu Dhabi Non Deal Road Show 2015