

Ответы на вопросы для радио «НАШЕ» — передача «Сделано в России»

• Какие из Ваших товаров стали наиболее востребованными на зарубежных рынках?

Флагманом компании является жидкая негорючая теплоизоляция. Этот инновационный продукт успешно заменяет 50 мм минеральной ваты всего 1 мм покрытия и пользуется высоким спросом в области строительства, судостроения, вагоностроения, а также на транспорте, благодаря своей негорючести и эффективности как в защите от холода в странах Европы, так и в защите от жары в Южных странах, например, в Саудовской Аравии, Индонезии, Индии. Особо отмечается уникальная разработка – самая белая негорючая сверхтонкая теплоизоляция с рекордным отражением солнечного тепла (94%), что существенно снижает затраты на кондиционирование. Иными словами, Вы просто красите дом и употребляете на 40% меньше электричества на кондиционирование, при этом в доме становится прохладнее.

Конечно же, практически во всех странах пройдена тотальная сертификация, в том числе благодаря АО «Российский экспортный центр», их субсидиям и помощи. Успех продукта подтверждается и многочисленными экспортными поставками, и использованием, например, на фабриках оливкового масла и винзаводах Италии. К слову сказать, что у наших дилеров в Италии и Канаде есть престижные премии и за сохранение памятников архитектуры.

• В какие страны Вы экспортируете? В какие планируете?

«Броня» успешно поставляет свою продукцию в 63 страны мира. В целом, за последние 4 года средний процент наших экспортных продаж составил около 60%. Хотя экспортная составляющая нашего потенциала в страны Европы за прошедший год немного снизилась, ключевым направлением, несмотря ни на что, занимает Европа. Лидерами являются Италия, Венгрия, Хорватия, Словакия, Чехия, Сербия. Мы уже давно изобрели такую вещь как параллельный экспорт, если в 2023 году мы продавали в основном через Сербию, то в 2024 году через Словакию и Венгрию продукцию покупали почти во все страны Евросоюза. Выше указаны лишь те, страны, которые подтверждены экспортными контрактами, однако по факту и Польша, и страны Балтии, и Скандинавские страны до сих пор покупают нашу продукцию.

У нас наблюдается существенный прирост на восточном направлении. В 2024 году мы впервые совершили контейнерные поставки в Китай и ОАЭ. Активными покупателями, в том числе контейнерными партиями, являются Бахрейн, Саудовская Аравия. Реже осуществлялись поставки в Оман, Кувейт, Катар. Ключевые рынки с контейнерными и фульными поставками являются и Индонезия, и Южная Корея, и Монголия.

Стоит отдельно отметить наших представителей Броня Канада, которые ведут активную трейд маркетинговую работу - испытания и сертификация, десятки

выставок и семинаров, избрав экологический вектор продвижения, в этом году мы успешно зарегистрировали товарный знак в Канаде.

Что касается Латинской Америки, ранее мы осуществляли поставки в Чили и Аргентину, а также Кубу и Бразилию. На данный момент рассчитываем на поддержку «Российского экспортного центра» для возобновления и наращивания поставок в латиноамериканские страны.

И, конечно же, активно работаем со странами СНГ, лидерами по объему закупок являются Армения, Узбекистан, Казахстан и Беларусь. Одним из интересующих нас направлений в СНГ является Таджикистан, на данный момент ведем активную работу по поиску представителей в стране.

• Что Вам дает участие в программе «Сделано в России»? Какими еще мерами поддержки нацпроекта «Международная кооперация и экспорт» Вы воспользовались?

«Броня» активно использует разнообразные меры поддержки в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

Вот уже 4 года подряд мы являемся Призером федерального этапа конкурса "Экспортер года", и, последние 2 года мы с гордостью представляем Волгоградский регион сразу двумя победами в двух номинациях - «Экспортёр года в сфере промышленности» и «Ответственный экспортер ESG».

За это время нас 3 года подряд награждал Андрей Рэмович Белоусов, а в прошлом году Денис Валентинович Мантуров и Алексей Евгеньевич Репик. Можем с уверенностью сказать, что без тех мер поддержки, которые нам предоставил национальный проект «Международная кооперация и экспорт» в лице «Российского экспортного центра», того лучшего экспортера страны, того законодателя в области сверхтонких негорючих и огнезащитных покрытий мирового масштаба как «Броня» без преувеличений, конечно же, не было бы.

Участие в программе «Сделано в России» предоставляет компании «Броня» возможность обладать статусом, который служит важным сигналом для зарубежных дистрибьюторов и покупателей, подтверждая высокое качество продукции на уровне российского правительства. Компания была в числе первых, кто получил этот знак, и мы успешно продлили право его использования в 2024 году.

Мы участвуем в международных выставках под зонтичным брендом «Сделано в России» - дважды в Китае (17-21 мая проходит ещё одна фестиваль-ярмарка в Харбине, Китай, где мы будем принимать участие), дважды в Саудовской Аравии, на выставке в ОАЭ и других странах.

При поддержке ЦПЭ в октябре 2022 года «Броня» смогла представить свою продукцию на международной выставке VakuBild в Азербайджане, посвященной последним разработкам и достижениям в области строительства, архитектуры, дизайна и строительных материалов. В результате активной работы на площадках выставки были установлены контакты с индийской компанией Versatile Specialty Chemicals, специализирующейся на производстве и дистрибуции специализированной химической продукции, лакокрасочных материалов, агрохимикатов и удобрений. В 2024 году «Броня» и Versatile подписали два контракта на поставку жидкой теплоизоляции в Индию.

Спонсированное ЦПЭ участие в международной выставке «Строительство»

UZBild в г.Ташкент позволило найти партнеров в Корейской республике и заключить с ними контракт.

Благодаря участию в программе акселерации от РЭЦ «Экспортный форсаж» в 2024 году были также заключены внешнеторговые контракты с европейскими компаниями: хорватской “Altasys”, итальянской “Decorus sas di Dott. Alessio Masni & C” и венгерской “PDKA Global Hungry Kft”.

Мы принимаем активное участие в различных бизнес-миссиях, с их помощью в 2024 году посетили Монголию, что привело к заключению нового дилерского соглашения. Помимо этого, продолжаем успешно использование услуги бесплатного поиска контрагента в целевых странах.

И конечно же, используем субсидирование получения товарных знаков и услуги международного патентования, что помогло в защите интеллектуальной собственности, включая разбирательства в Канаде и США.

• **С какими трудностями Вы сталкивались при запуске зарубежных поставок? Как Вам в этом помогла программа «Сделано в России»?**

Конечно, на начальном этапе экспорта мы столкнулись с высокой конкуренцией на зарубежных рынках и необходимостью адаптироваться к ценовым условиям с учетом транспортных расходов. В последние годы особенно наблюдается влияние геополитической ситуации и рост стоимости экспортных операций. Также был неприятный момент с судебными тяжбами по вопросам интеллектуальной собственности в Китае, что временно приостановило поставки в эту страну вплоть до 2024 года.

Программа «Сделано в России» и другие меры поддержки сыграли значительную роль в преодолении этих трудностей. Как уже говорили, участие в выставках под зонтичным брендом повысило узнаваемость и доверие к продукции «Броня» на международной арене, что способствовало поиску новых партнеров и восстановлению экспортных потоков (например, в Китай). Само по себе получение статуса «Сделано в России» укрепило имидж надежного поставщика качественной продукции. А субсидирование товарных знаков напрямую помогло в защите интеллектуальной собственности компании на зарубежных рынках, что является важным инструментом в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

• **Приходилось ли адаптировать продукт под зарубежного покупателя?**

Кардинальной адаптации продукта не потребовалось, универсальность применения и уникальные свойства материала «Броня» позволяют удовлетворять различные потребности на международных рынках.

Конечно, существует небольшое отличие в стандартах: если у нас ГОСТ, то у них ISO и EN.

Однако, пожалуй, единственная адаптация связана с тем, что в ряд стран по просьбе дилеров мы делаем другой дизайн этикеток. В Канаду – одни этикетки, в арабские страны – другие, в европейские страны (Италию, Словакию) – третьи. Они немного отличаются от российских не только языком, но и расцветками. Есть и культурологическая адаптация, но в этом и состоит ещё одна задача помощи «Российского экспортного центра», у них существуют большие пакеты мер поддержки в адаптации сайта для определенных рынков и языков, перевод мануалов и инструкций, субсидирование сертификации под те международные

стандарты, куда заходят экспортеры, субсидирование и компенсация трейд маркетинговых мероприятий, в том числе и по адаптации под местный дизайн и/или менталитет.

• **Что бы Вы посоветовали предпринимателям, которые только задумываются о выходе на экспорт?**

Настоятельно рекомендует начинающим экспортерам активно использовать возможности Российского экспортного центра (РЭЦ), особенно программу «Экспортный форсаж», которая предоставляет бесплатные и эффективные инструменты для выхода на международные рынки: поиск партнеров, организацию бизнес-миссий, адаптацию маркетинговых материалов. Нельзя не сказать про услугу льготного страхования груза. Когда появляется крупный, платежеспособный клиент, он часто обладает значительным влиянием и может настаивать на постоплате за первую партию товара. Однако для небольшой компании это сопряжено с существенными рисками, а для тех, у кого ограничен оборотный капитал, такие условия могут оказаться критическими. В этом контексте льготное кредитование экспортных поставок становится крайне востребованной мерой поддержки. Экспорт является ключевым фактором для масштабирования бизнеса. Активное использование мер государственной поддержки в сочетании с инновационным продуктом и гибкой экспортной стратегией может привести к значительному успеху на международной арене.