

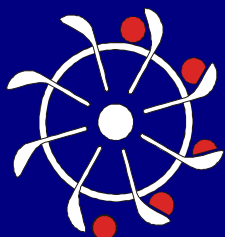
# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

## АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТАРЫ И УПАКОВКИ

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
апрель 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

**г. Москва**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация .....	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования .....	5
Список диграмм .....	9
Список таблиц .....	10
Выдержки из исследования.....	12
Сравнительная эффективность предприятий .....	12
Прогнозы развития рынка .....	14
Сегментирование рынка по типу упаковки.....	16
Объемы российского производства, импорта и экспорта.....	17
Экспорт упаковочной продукции.....	17
Импорт упаковочной продукции.....	18
Соотношение импортной и отечественной продукции на рынке.....	19
Основные игроки российского рынка упаковки.....	19

## АННОТАЦИЯ

### Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка тары и упаковки.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- провести конкурентный анализ производителей;
- произвести сегментацию потребителей;
- исследовать показатели, характеризующие интенсивность потребления продукции

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Методы проведения исследования:**

Кабинетное исследование.



Кол-во страниц: 129

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 15 диаграмм, 18 таблиц.

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### **Введение**

#### **Методологическая часть**

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

#### **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**

Мировой рынок упаковки

Потребление упаковки по отраслям промышленности

Лидеры мирового рынка упаковки

Сравнительная эффективность предприятий

Консолидация отрасли

Прогнозы развития рынка

Описание влияющих Рынков

Рынок оборудование для упаковки, фасовки и бутилирования

#### **Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции**

Определение продукции

Характеристика основных видов продукции

Классификация упаковки по назначению

Классификация упаковки по типу используемого материала

Упаковочные материалы на основе целлюлозы

Упаковочные материалы из стекла

Металлическая упаковка

Пленкообразующие тароупаковочные материалы на основе синтетических полимеров

1. Полиолефины

2. Виниловые полимеры

4. Полиэтилентерефталат (лавсан)

5. Поликарбонат

6. Полиамиды

Классификация упаковки по способам упаковки

## **Основные количественные характеристики Рынка**

Объем и емкость Рынка

Объем Рынка в денежном выражении

Объем Рынка в натуральном выражении

Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении

Темпы роста Рынка

## **Сегментирование рынка упаковочной продукции**

Географическое сегментирование рынка

Сегментирование рынка по назначению упаковки

Сегментирование рынка по типу упаковки

Сегментирование рынка по типу исходного сырья

Ценовое сегментирование упаковочной продукции

Тенденции различных сегментах услуги

Тенденции в ценовых сегментах

## **Сбытовая структура Рынка**

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители упаковки

Потребители

Основные принципы ценообразования

## **Объемы российского производства, импорта и экспорта**

Экспорт упаковочной продукции

Импорт упаковочной продукции

Соотношение импортной и отечественной продукции на рынке

## **Конкурентный анализ**

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками продукции

Основные игроки российского рынка упаковки

Описание основных сегментов производителей упаковки

Производители упаковки из картона и бумаги

Производители гибкой упаковки

Производители жесткой пластиковой упаковки

Производители упаковки из металла

Производители упаковки из стекла

Основные параметры конкуренции

Описание профилей крупнейших компаний

*ОАО "АЦБК"*

*Tetra Pak*

*ООО «Полиграфоформление-ФЛЕКСО»*

*Alcan Packadging*

*Amscor*

*ЗАО "НБ-Ретал"*

*КОМУС-Упаковка*

*«Рексам»*

*Ростар*

*ЗАО «Веда-Пак»*

*Компания "Русджам"*

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями  
Продукции

## **Анализ потребителей**

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

B2C рынки

B2B рынки

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Основные тенденции в потребительском сегменте

## **Обобщающие выводы и рекомендации**

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка  
Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков  
Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке  
Тенденции Рынка  
Тенденции на конкурентном поле  
Тенденции в потребительском сегменте

## **Общие выводы по отчету**

### **Приложение**

Приложение 1.

Приложение 2.

Приложение 3.



## СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Мировое потребление упаковочной продукции по материалам, 2004-2009 гг. (млрд. долларов США)

Диаграмма 2. Мировое потребление упаковочной продукции по отраслям промышленности (2004 год)

Диаграмма 3. Индекс популярности упаковочного оборудования, 2006 год

Диаграмма 4. Распределение компаний по регионам России

Диаграмма 5. Емкость российского рынка потребительской тары/упаковки, млрд долларов

Диаграмма 6. Динамика роста производства картона, 2002-2006 год

Диаграмма 7. Распределение российского производства картонов по видам в 2005 году

Диаграмма 8. Производство пластиковой упаковки по видам

Диаграмма 9. Соотношение объемов различных типов полимеров, используемых в производстве упаковки, 2006 год (в %)

Диаграмма 10. Структура импорта тары/упаковки по странам-поставщикам (2005 год)

Диаграмма 11. Структура импорта тары/упаковки по странам-поставщикам (2005 год)

Диаграмма 12. Структура импорта упаковки по типу материала (в %)

Диаграмма 13. Оборот крупнейших производителей бутылок в 2003 году (млн долл.)

Диаграмма 14. Популярность видов упаковки, 2006 год

Диаграмма 15. Популярность упаковочных материалов.

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Структура рынка упаковки в Западной Европе на протяжении 2000—2005 гг.

Таблица 2. Сравнительная эффективность предприятий отрасли на основе показателя TP-Index

Таблица 3. Соотношение сегментов рынка упаковки по типу сырья, используемого в производстве, млрд долларов (2005)

Таблица 4. Производство и потребление отдельных видов бумажной упаковки

Таблица 5. Объем производства различных типов упаковок

Таблица 6. Анализ спроса и предложения на российском рынке в 2006 году по упаковочным материалам

Таблица 7. Доли крупнейших производителей на рынке

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 9. Потребление упаковки федеральными округами

Таблица 10. Использование потребительской тары по отраслям промышленности в натуральном выражении (в % от общего объема потребления)

Таблица 11. Потребление производственной упаковки по отраслям промышленности в натуральном выражении (в % от общего объема)

Таблица 13. Структура потребления упаковки в сегменте "Консервы"

Таблица 14. Структура потребления упаковки в сегменте "Кондитерские"

Таблица 15. Структура потребления упаковки в сегменте "Полуфабрикаты"

Таблица 16. STEP-анализ рынка

Таблица 17. Возможные риски, связанные с Рынком



Таблица 18. Динамика маржинальной рентабельности отдельных видов  
Упаковочных материалов

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Мировая упаковочная индустрия высоко фрагментирована, в ней действуют порядка 100 тыс. компаний с 5 млн. работников. 100 крупнейших компаний дают не более 45% оборота отрасли, на 20 ведущих компаний приходится 25%.<sup>1</sup>

### СРАВНИТЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

ТАБЛИЦА 1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЯ TP-INDEX<sup>2</sup>

Компания	Специализация	Оборот, USD	Штат компании	TP-index	Страна
<b>Tetra Pak</b>	Картон, пищевая упаковка, упаковочное оборудование	9 474	20905	<b>453 192</b>	Швеция
<b>Amcors Limited</b>	Картон, алюминий, сталь, пластик	8 429	29063	<b>290 025</b>	Австралия
<b>Crown Holdings</b>	Упаковка, пластик	7 200	27600	<b>260 870</b>	США
<b>Smurfit-Stone Container Corporation</b>	Упаковка, картон	8 291	35300	<b>234 873</b>	США
<b>Lead Technology Ltd.</b>	Упаковочные машины	4	18	<b>222 222</b>	Израиль
<b>EMIRATES TECHNOPACK L.L.C.</b>	Вакуумная упаковка	35	180	<b>194 444</b>	Арабские Эмираты
<b>Ecopack d.o.o.</b>	Пищевая упаковка, пластик	2	13	<b>153 846</b>	Словения
<b>RPC Containers Ltd (RPC Group)</b>	Пищевая упаковка, пластик	811,7	6500	<b>124 874</b>	Англия
<b>Queens Cosmetic Packaging Co.,Ltd</b>	Пластик, упаковка для косметики	10	85	<b>117 647</b>	Китай
<b>Веда-Пак</b>	Стекло, бутылки	54	850	<b>63 530</b>	Россия
<b>Титан</b>	Бумага, картон, гофротара	290	6900	<b>42 029</b>	Россия
<b>Xiamen Good</b>	Пластик, вакуумная	1	25	<b>40 000</b>	Китай

<sup>1</sup> "Лица бизнеса" № 2/1(112), Февраль 2006

<sup>2</sup> TP-index (Turnover-to-Personnel index) — показывает отношение оборота предприятия за год к среднесписочному количеству сотрудников. TP-index является одним из самых простых и надежных способов сравнительной оценки эффективности работы предприятий.

Imp&Exp Co., Ltd	упаковка				
Tangent Plast	Пластик, парфюмерные флаконы	0,1	3	33 333	Индия
Илим Палп		1 300	44650	29 115	Россия
Dongcai Printing Packing Co., Ltd	Бумага, картон, подарочная упаковка	15	600	25 000	Китай
Shenzhen Yat Yen Yeung Technology Co., Ltd.	Упаковочная лента	25	1200	20 833	Китай
V-PACK COMPANY LIMITED	Пищевая упаковка, пластик	4	250	16 000	Вьетнам
Lian Fu Paper Co., Ltd.	Пищевой и непищевой пластик	0,5	40	12 500	Китай
Wenzhou Hesheng Hardware Plastics Factory	Упаковочное оборудование	300000	110	2 727	Китай

Источник: [www.tbc-world.com](http://www.tbc-world.com), <http://www.stepconsulting.ru/publ/cover.shtml>

Таким образом, предприятия отрасли воспроизводят значения показателя **TP-index** большинства компаний реальной экономики. Лидер отрасли по показателю **TP-index** — шведский **Tetra Pak**, пионер в разработке уникальных упаковочных технологий. Вслед за ним — **Amtcor Limited**. За ними идет группа компаний, специализированная на производстве вошедшей в моду пластиковой пищевой упаковки.

Российские производители упаковки не слишком стремятся к открытости данных о своем бизнесе. Из тех фирм, информация о которых доступна, первое место занимает **Веда-Пак**. На втором месте **ГК Туман**, на порядок уступающая в эффективности **Tetra Pak**. Результаты **Тумана** вдвое превосходят показатели **Илим Палп**.

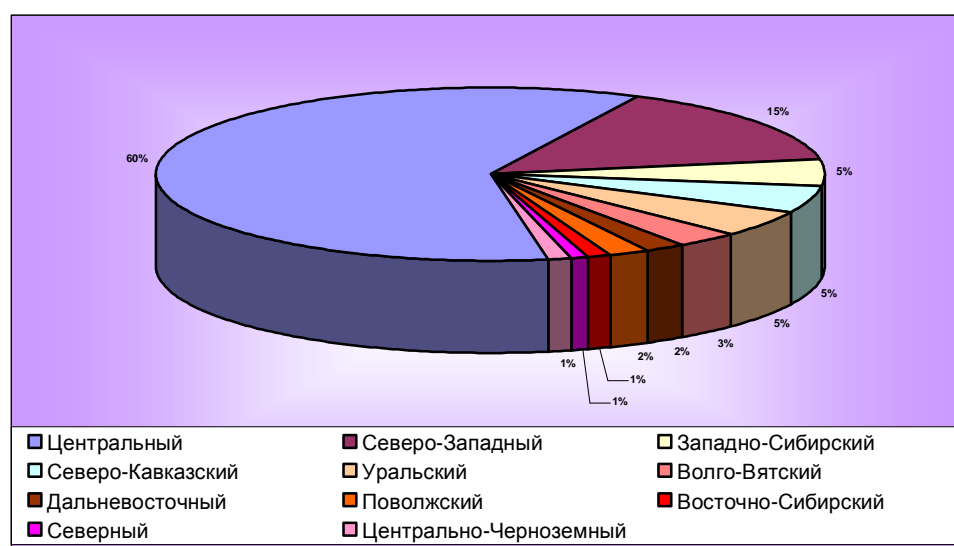
Традиционное окружение российских фирм по результатам **TP-index** — компании из Китая и других стран Юго-восточной Азии. К чести российских производителей следует отметить, что даже **Веда-Пак** почти на порядок превосходит аутсайдеров списка из числа китайских упаковщиков.

## ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

По прогнозам Pira International, мировой рынок упаковочной продукции будет ежегодно расти на 4,2% и достигнет к 2009 г. \$556 млрд. Наибольший рост придется на Азию, Восточную Европу и Латинскую Америку. В Индии и Китае рынок будет ежегодно расти соответственно на 14,2% и 8,2% и достигнет в 2009 г. \$13 и \$51 млрд. В Восточной Европе наибольший рост ожидается в Польше — 11% ежегодно, до \$6 млрд. в 2009 г., а крупнейшим рынком этого региона останется Россия, где объем продаж в 2009 г. составит \$18,5 млрд.<sup>3</sup>

Самым крупным рынком конечных потребителей является пищевая промышленность — рост 4,6% ежегодно, до \$227 млрд. в 2009 г. Однако, наиболее быстро будет расти сектор упаковки для средств личного ухода — 7,1% ежегодно.<sup>4</sup>

**ДИАГРАММА 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПАНИЙ ПО РЕГИОНАМ РОССИИ**



Источник: «Russian Food Market Magazine»

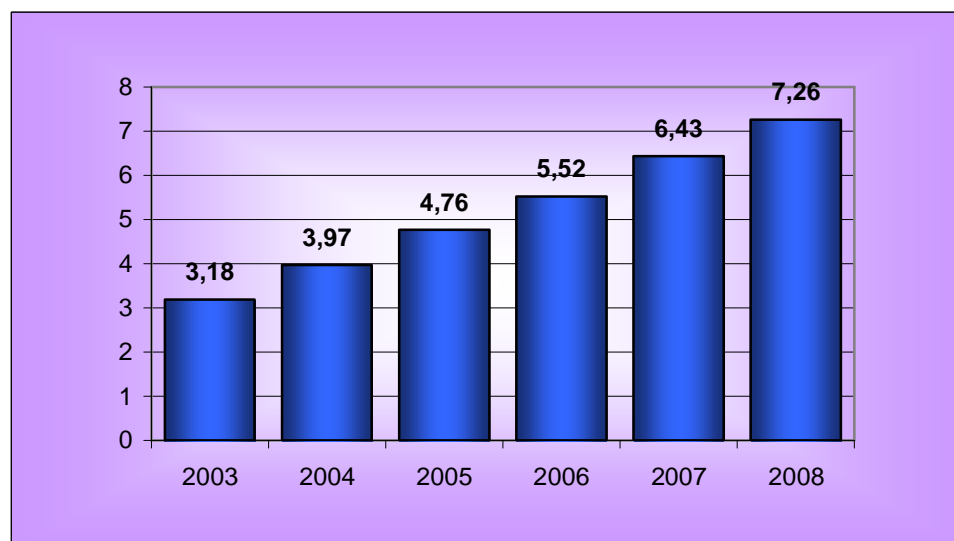
Из диаграммы наглядно видно, что более половины "упаковочных" предприятий находится в Центральном регионе, и в основном в Москве. Второе место занимает Северо-Западный регион, конечно, благодаря тому, что Санкт-

<sup>3</sup> "Лица бизнеса" № 2/1(112), Февраль 2006

<sup>4</sup> "Лица бизнеса" № 2/1(112), Февраль 2006

Петеребург является вторым после Москвы городом по количеству предприятий, выпускающих упаковку. Третье место делят три региона - Западно-Сибирский, Северо-Кавказский, Уральский. По данным агентств деловой информации в Северном и Восточно-Сибирском экономических регионах упаковочная промышленность отсутствует. Однако проведенное исследование показало, что в этих регионах также имеются предприятия по упаковочной продукции. Но количество этих предприятий не превышает 4 на весь регион. В это последнее место по производству упаковки материалов попал и Центрально-Черноземный регион. Однако его соседство с Центральным регионом и, соответственно, дешевые транспортные перевозки, не делают столь необходимым развитие собственной упаковочной промышленности, как у других регионов.<sup>5</sup>

## ДИАГРАММА 2. Емкость российского рынка потребительской тары/упаковки, млрд долларов



Источник: Unipack.ru

В структуре рынка потребительской упаковки наибольшую долю среди упаковочных материалов в натуральном выражении занимает стекло — на его долю приходится 72% общего объема потребительской упаковки. Это

<sup>5</sup> «Russian Food Market Magazine», июль 2001 г.

обусловлено тем, что оно тяжелее других материалов. На бумагу и картон приходится 15,1%, полимерную упаковку – 10,3%, металлическую тару - 0,9%.

## Сегментирование рынка по типу упаковки

Как и во всем мире, основную долю занимает **сегмент пищевой упаковки**, доля которого составляет 70-75%: снижается количество развесных изделий, растет доля крупных продуктовых сетей, повышается спрос на новые виды упаковки длительного хранения. Немного ниже спрос на **упаковку для бытовой химии, парфюмерии и косметики, табачного производства**.

**ТАБЛИЦА 2. СООТНОШЕНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА УПАКОВКИ ПО ТИПУ СЫРЬЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО В ПРОИЗВОДСТВЕ, МЛРД ДОЛЛАРОВ (2005)**

Материал	Источник	
	«Росупак»	PRADO consulting
	Доля в общем объеме	
Бумага	39%	57%
Картон		
Полимеры	36%	17%
Металл	8%	10%
Стекло	17%	13%
Дерево		2%
Композитные материалы		1%
Всего	100%	100%

*Источник: «Росупак», PRADO consulting*



## ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА, ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

В целом, рассматривая объем импорта тары и упаковки в натуральном и стоимостном выражении, можно отметить, что в настоящее время спрос почти полностью удовлетворяется за счет внутреннего производства. На долю импорта приходится всего лишь 3,2 и 1,1% всей представленной на российском рынке тары и упаковки в стоимостном и натуральном выражении соответственно. Эти доли, вряд ли, увеличатся в ближайшие годы.

В то же время, как показывает анализ данных Государственного таможенного комитета (ГТК), российский импорт тары и упаковки пока существенно превышает экспорт.

## **ЭКСПОРТ УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Отечественные производители уже практически полностью обеспечивают отечественный рынок, но они пока не представлены широко на рынках соседних государств. Основные поставки осуществляются в Казахстан (на 30—40 млн долл. США в год) и Украину (на сумму 20—25 млн долл. США в год). Также поставки осуществляются в Азербайджан, Узбекистан и Германию (на сумму в 3—5 млн долл. США в год в каждую из этих стран).

В 2003 году произошел значительный рост объема экспорта российских упаковочных материалов в натуральном выражении. Это было связано с опережающими темпами развития отрасли в России по сравнению со странами-импортерами. Затем, в 2004 году, экспорт немного снизился, а в 2005 снова оказался на уровне 2003 года. Что касается объема экспорта в стоимостном выражении, то он увеличивался вплоть до 2004 года, а в 2004—2005 годах стабилизировался. Некоторое снижение объема экспорта в 2004 году объясняется ростом цен. Но в 2005 году стоимость поставляемой продукции была уже ниже, с чем и связано восстановление объема поставок.

Лидерами по экспорту российской тары и упаковочной продукции являются производители картонно-бумажной упаковки. Объем их поставок составил в 2004 году 39,2 млн. долларов США.

Лидером по потреблению экспортируемой из России картонно-бумажной упаковки является Украина: объем поставок в эту страну в 2004 году составил 21083 тонн.

### ИМПОРТ УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Объемы импорта в натуральном выражении в 2003 и 2005 годах также были схожи. По сравнению с 2004 годом, в 2005 объем импорта в натуральном выражении снизился, однако в то же время стала ввозиться более дорогостоящая продукция. В течение периода с 2002-го по 2005 год наблюдался значительный рост импорта упаковки и тары в стоимостном выражении. Это объясняется смещением структуры импорта в сторону поставок более дорогой продукции. Сейчас импортируется, в основном, упаковка, которую по технологическим или экономическим причинам сложно изготовить на территории России. Такая упаковка, как правило, стоит дороже.

Очевидно, что за счет импорта удовлетворяется спрос на наиболее дорогие виды упаковки. Пока отечественные производители не вытеснили иностранных именно из этого «элитного» сегмента рынка, но со временем ситуация может измениться.

Среди основных стран — поставщиков тары и упаковочной продукции в РФ лидером до 2004 года являлась Польша. Объем поставок из этой страны стабильно увеличивался, и на конец 2004 года он составил 102,23 млн долларов. Также значительные объемы поставок тары и упаковки в 2004 году осуществляли Германия и Украина — соответственно 99,07 и 77,15 млн долларов. Однако высокий уровень импорта из Украины был и остается обусловленным, прежде всего, тем, что данная страна является коридором, через который поставляется продукция из стран Европы.

В первом полугодии 2005 года ситуация несколько изменилась: в стоимостном выражении объем импорта из Германии превысил польский, однако в натуральном выражении он пока еще остался на более низком уровне. По-прежнему сильные позиции сохранила Украина. Кроме указанных стран, в первом полугодии 2005 года в десятку лидеров по объему поставок вошли КНР, Австрия, Франция, Великобритания, Италия, Финляндия и Чехия.

## СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ

Официально соотношение привозной и отечественной упаковки характеризуется сегодня как 40 к 60. Впрочем, точной отчетности в Росстате и Таможенном комитете нет, поэтому определить объемы выпуска этой продукции на сегодня момент затруднительно. Отсюда и разночтения. Например, Александр Лукин, директор по маркетингу компании FG Packaging, считает, что доля импортной упаковки уже не превышает 35%, некоторые эксперты оставляют ей и того меньше места - 30%.

Импорт упаковки сокращается, меняется его структура — этому способствует развитие российского производства упаковки. В то же время, вслед за иностранными производителями разнообразной продукции, в Россию приходят и производители упаковки, традиционно обслуживающие их в других странах.

## ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РОССИЙСКОГО РЫНКА УПАКОВКИ

Предприятия, занятые в производстве различных видов упаковки, можно разделить на 3 группы:

1. Предприятия, входящие в крупные производственные холдинги и работающие на собственном сырье — например, ГК "Титан", "Илим Палп", "Гамма-Синтез".
2. Крупные производители упаковки, не имеющие собственных мощностей по производству сырья — отечественные предприятия (ЗАО "Готэк", ПЭФ "Союз", ПО "Гофра" и пр.), или филиалы крупных иностранных компаний (Stora Enso Packaging, Tetra Pak).
3. Малые и средние предприятия, выпускающие упаковку из закупаемого сырья.

Кроме того, сегментирование производителей упаковки осуществляется в соответствии с сегментами самого рынка, т.е. по типу производимой продукции.

Доли крупнейших производителей на рынке приведены в таблице.

ТАБЛИЦА 3. ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

Название организации	Доля производства
ООО «Русджам»	12,9%
ООО «РАСКО»	11,7%
Холдинг РКМ	10%
Группа «Веда-Пак»	6,8%
Группа предприятий ОСТ	4,2%

Источник: Исследовательская Компания «Аберкейд»

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций



- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honeywell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.