



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Минсельхоз России)**

П Р И К А З

от 6 октября 2020 г.

№ 594

Москва

**О проведении Первого национального конкурса
региональных брендов продуктов питания
«Вкусы России»**

В целях развития предпринимательства в субъектах Российской Федерации, укрепления малого и среднего предпринимательства в сфере агропромышленного комплекса, развития сельских территорий, а также продвижения региональных брендов продуктов питания и в соответствии с пунктом 5.9 Положения о Министерстве сельского хозяйства Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 12 июня 2008 г. № 450 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 25, ст. 2983), п р и к а з ы в а ю:

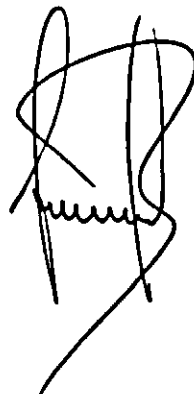
1. Провести в 2020 году Первый национальный конкурс региональных брендов продуктов питания «Вкусы России».
2. Утвердить Положение о порядке проведения в 2020 году Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» согласно приложению к настоящему приказу.

3. Департаменту пищевой и перерабатывающей промышленности организовать работу по проведению Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» и подведению его итогов.

4. Рекомендовать органам управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации принять участие в Первом национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», а также организовать работу по привлечению производителей пищевой продукции и сельскохозяйственных товаропроизводителей, осуществляющих деятельность в субъектах Российской Федерации, к участию в нем.

5. Контроль за выполнением настоящего приказа возложить на заместителя Министра сельского хозяйства Российской Федерации О.Н. Лут.

Министр

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom, identifying the Minister D.N. Patrushev.

Д.Н. Патрушев

Приложение

УТВЕРЖДЕНО

приказом Минсельхоза России

от 6 октября 2020 г. № 594

ПОЛОЖЕНИЕ

**о порядке проведения в 2020 году Первого национального
конкурса региональных брендов продуктов питания
«Вкусы России»**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение определяет порядок проведения в 2020 году Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – Конкурс).

1.2. Целями Конкурса являются развитие предпринимательства в субъектах Российской Федерации, укрепление малого и среднего предпринимательства в сфере агропромышленного комплекса, развитие сельских территорий, а также продвижение региональных брендов продуктов питания.

1.3. Основные задачи Конкурса:

увеличение количества производителей продуктов питания и объемов производства продуктов питания субъектами малого и среднего предпринимательства в сфере агропромышленного комплекса;

популяризация продуктов питания, произведенных в Российской Федерации, повышение их узнаваемости, уровня доверия и спроса потребителей;

развитие экспортного потенциала продуктов питания, произведенных в Российской Федерации;

развитие туристического потенциала территорий Российской

Федерации, на которых производятся продукты питания.

1.4. К участию в Конкурсе допускаются органы управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации, региональные отраслевые союзы (ассоциации) и объединения производителей, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, выразившие согласие с требованиями к участникам Конкурса, а также подавшие заявку на участие в Конкурсе по форме, приведенной в приложении № 2 к настоящему Положению (далее – Заявка на участие в Конкурсе, Заявка), в сроки, установленные пунктом 3.3 настоящего Положения. Заявка на участие в Конкурсе подается в соответствии с Требованиями к заявке на участие в Первом национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенными в приложении № 1 к настоящему Положению.

1.5. Соблюдение всех условий участия в Конкурсе не является основанием для признания участника победителем Конкурса и его награждения.

1.6. Конкурс по номинациям, указанным в пункте 3.1 настоящего Положения, проводится, если в нем принимают участие не менее трех участников.

1.7. Организатор Конкурса – Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (далее – Организатор).

1.8. Оператор Конкурса определяется Организатором в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 14, ст. 1652; 2020, № 31, ст. 5008).

1.9. Участие в Конкурсе бесплатное.

1.10. Официальный сайт Конкурса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: вкусыроссии.рф (далее –

официальный сайт Конкурса). Сведения о ходе Конкурса и о его результатах размещаются на официальном сайте Конкурса.

1.11. Официальным языком Конкурса является русский язык.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

2.1. Для целей настоящего Положения используются следующие понятия:

конкурсная комиссия – коллегиальный орган, созданный Организатором для выбора победителей;

эксперт Конкурса – физическое лицо, привлеченное оператором к экспертной оценке Заявок на участие в Конкурсе;

наименование места происхождения товара – обозначение, представляющее собой современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, включающее такое наименование или производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. На территории данного географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, оказывающие существенное влияние на формирование особых свойств товара;

пищевые продукты (пищевая продукция, продовольственные товары, продукты питания, сырьевые, гастрономические, кулинарные) (далее – продукты питания) – продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, обработанном или переработанном виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу, в том числе специализированная пищевая продукция,

питьевая вода, расфасованная в емкости, питьевая минеральная вода, алкогольная продукция (в том числе пиво и напитки на основе пива), безалкогольные напитки, биологически активные добавки к пище, жевательная резинка, закваски и стартовые культуры микроорганизмов, дрожжи, пищевые добавки и ароматизаторы, а также продовольственное сырье;

региональный бренд продуктов питания – бренд продуктов питания, соответствующий следующим условиям и критериям:

бренд в названии содержит указание на территорию его происхождения (населенный пункт, один или несколько субъектов Российской Федерации, округ, современное или историческое, официальное или неофициальное название), и (или) имеет четкую ассоциацию у потребителей с такой территорией, и (или) имеет связь с историческими событиями, культурными ценностями, известными личностями;

бренд обладает идентичностью, то есть особыми свойствами, которые определяются характерными только для данной территории природными условиями, историческими и (или) людскими факторами, имеют устоявшуюся рецептуру и (или) вкусовые характеристики;

продукты питания, являющиеся одной из стадий производства товара, реализуемого под брендом, или оказывающие существенное влияние на формирование особых свойств товара, реализуемого под брендом, производятся полностью или частично на указанной территории;

финалист – участник Конкурса, занявший первое, второе или третье место в номинации по результатам экспертной оценки Заявок на участие в Конкурсе.

3. ПОРЯДОК И УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

3.1. Конкурс проводится по 8 основным номинациям:

а) «На всю страну» – продукты питания, наименования места происхождения которых зарегистрированы в Государственном реестре географических указаний и наименований мест происхождения товаров Российской Федерации. В номинации определяются 3 финалиста;

б) «Из нашей деревни» – бренды, территорией происхождения которых являются населенные пункты с численностью населения до 3 тыс. человек (по данным Росстата на 1 января 2020 г.). В номинации определяются 3 финалиста;

в) «Вкусное рядом» – бренды, территорией происхождения которых являются населенные пункты с численностью населения от 3 тыс. человек до 30 тыс. человек (по данным Росстата на 1 января 2020 г.). В номинации определяются 3 финалиста;

г) «Попробуй, полюбишь» – бренды, территорией происхождения которых является субъект Российской Федерации. В номинации определяются 3 финалиста;

д) «Ярмарка вкуса» – группа продуктов, территорией происхождения которых являются несколько субъектов Российской Федерации. В номинации определяются 3 финалиста;

е) «Загляните на огонек» – бренды, оказывающие влияние на развитие туристического потенциала территории. В номинации определяются 3 финалиста;

ж) «Вкус без границ» – бренды, имеющие высокий экспортный потенциал. В номинации определяются 3 финалиста;

з) «Нас выбирают» – бренд, являющийся победителем народного голосования на официальном сайте Конкурса при условии соответствия поданной Заявки условиям Конкурса. В номинации определяется 1 финалист.

3.2. Каждый участник Конкурса может подать одну или несколько Заявок по разным номинациям Конкурса, за исключением следующих: «Загляните на огонек», «Вкус без границ» и «Нас выбирают».

В номинациях «Загляните на огонек» и «Вкус без границ» принимают участие участники Конкурса, которые подали соответствующие Заявки, отобранные оператором Конкурса на втором этапе Конкурса, в которых заполнены разделы 8 «Гастрономический туризм» и 9 «Экспорт» соответственно, имеются предложения по развитию туристической инфраструктуры и (или) экспорта регионального бренда продуктов питания. В номинации «Нас выбирают» участвуют все участники Конкурса, подавшие Заявки с использованием официального сайта Конкурса и допущенные к участию в номинациях, указанных в подпунктах «а» – «ж» пункта 3.1 настоящего Положения.

3.3. Основные этапы проведения Конкурса:

Первый этап – подача Заявок на официальном сайте Конкурса, с 7 октября по 9 ноября 2020 года.

Второй этап – проверка Заявок на соответствие требованиям, установленным настоящим Положением, отбор Заявок для участия в Конкурсе по номинациям «Загляните на огонек» и «Вкус без границ», с 10 по 18 ноября 2020 года.

Третий этап – экспертная оценка Заявок с 19 по 30 ноября 2020 года.

Четвертый этап – проведение народного голосования на официальном сайте Конкурса с 9 часов 00 минут 19 ноября 2020 г. до 23 часов 59 минут 2 декабря 2020 г.

Пятый этап – подведение конкурсной комиссией итогов Конкурса с учетом результатов экспертной оценки Заявок и народного голосования с 9 по 11 декабря 2020 г.

Шестой этап – награждение победителей Конкурса, дата определяется Организатором.

3.4. Общие условия участия в Конкурсе:

а) соответствие продуктов питания, производимых под региональным брендом продуктов питания, установленным законодательством Российской Федерации требованиям по обеспечению

качества и безопасности пищевой продукции;

б) соответствие регионального бренда продуктов питания условиям и критериям регионального бренда продуктов питания, установленным в приложении № 3 к настоящему Положению;

в) подача Заявки, соответствующей требованиям, предусмотренным настоящим Положением, в установленные сроки;

г) продукты питания, производимые под региональным брендом продуктов питания, не должны являться алкогольной и спиртосодержащей продукцией, за исключением вина, крепленого вина и игристого вина, полностью (на 100 процентов) произведенного из винограда, выращенного на территории Российской Федерации;

д) отсутствие зарегистрированного товарного знака на продукты питания, производимые под региональным брендом продуктов питания, за исключением коллективного знака.

Участник Конкурса, являющийся органом управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации, помимо условий, установленных настоящим пунктом, должен подтвердить намерение выполнить необходимые мероприятия по продвижению и рекламе Конкурса, установленные настоящим Положением, с учетом Рекомендаций органам управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации по вовлечению местной аудитории в поддержку производителей региональных брендов продуктов питания в рамках народного голосования Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенных в приложении № 5 к настоящему Положению (далее – Рекомендации), на четвертом этапе Конкурса.

3.5. Участник Конкурса в срок с 00 часов 00 минут по московскому времени 7 октября 2020 г. до 23 часов 59 минут по московскому времени 9 ноября 2020 г. подает в конкурсную комиссию Заявку на участие в Конкурсе через официальный сайт Конкурса в соответствии

с Требованиями к заявке на участие в Первом национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенными в приложении № 1 к настоящему Положению. В случае если участником Конкурса является орган управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации, к Заявке прикладывается также письмо о намерениях выполнить необходимые мероприятия по продвижению и рекламе Конкурса, установленные Положением, с учетом Рекомендаций.

Заявка на участие в Конкурсе, дополнительная информация и документы в случае их предоставления участником Конкурса, а также письмо органа управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации, указанное в абзаце втором настоящего пункта, должны быть подписаны лицом, уполномоченным действовать от имени участника Конкурса.

3.6. Заявка на участие в Конкурсе, поступившая в течение срока подачи Заявок, регистрируется оператором Конкурса и проверяется на соответствие требованиям, установленным настоящим Положением, в срок, установленный пунктом 3.3 настоящего Положения. Участник Конкурса вправе до окончания срока подачи Заявок внести изменения в Заявку на участие в Конкурсе на официальном сайте Конкурса.

3.7. Рассмотрение Заявки на участие в Конкурсе может быть прекращено оператором Конкурса по заявлению, подписанному лицом, уполномоченным действовать от имени участника Конкурса, представившего данную Заявку.

Оператор Конкурса не допускает Заявку до участия в Конкурсе и прекращает ее рассмотрение, если:

а) Заявка на участие в Конкурсе представлена участником Конкурса, не соответствующим требованиям, указанным в пункте 1.4 настоящего Положения;

б) Заявка на участие в Конкурсе не соответствует требованиям

настоящего Положения;

в) Заявка на участие в Конкурсе содержит информацию, использование которой нарушает требования законодательства Российской Федерации;

г) участником Конкурса представлена недостоверная информация.

3.8. При возникновении технических проблем при подаче Заявки участник Конкурса может обратиться к оператору для получения технической поддержки по телефону +7 (499) 994 00 75 и электронной почте info@russiantastes.ru.

3.9. Подачей Заявки на участие в Конкурсе участник Конкурса соглашается с условиями Конкурса, а также дает согласие на использование всей представленной в составе Заявки информации в целях участия в Конкурсе, изготовления рекламных материалов Конкурса, а также обеспечения прозрачности и открытости проведения Конкурса.

3.10. Финалисты Конкурса с их согласия могут привлекаться к участию в различных мероприятиях, проводимых Организатором в целях продвижения Конкурса.

4. ПОРЯДОК РАБОТЫ КОНКУРСНОЙ КОМИССИИ

4.1. В целях эффективного проведения Конкурса и подведения его итогов создается конкурсная комиссия, состав которой утверждается Организатором.

Конкурсная комиссия:

рассматривает Заявки финалистов Конкурса и прилагаемые к ним документы (при наличии);

определяет победителей Конкурса в каждой номинации.

4.2. Председатель конкурсной комиссии:

определяет место и время проведения заседаний конкурсной комиссии;

утверждает повестку дня заседаний конкурсной комиссии;

председательствует на заседаниях конкурсной комиссии.

В отсутствие председателя конкурсной комиссии его полномочия осуществляет заместитель председателя конкурсной комиссии по поручению председателя конкурсной комиссии.

4.3. Члены конкурсной комиссии вправе получать всю необходимую информацию о проведении Конкурса.

Члены конкурсной комиссии не вправе разглашать результаты оценки представленных Заявок до их официального обнародования.

4.4. Заседания конкурсной комиссии проводятся в сроки, указанные в пункте 3.3 настоящего Положения.

Заседания конкурсной комиссии могут проводиться с использованием систем видео-конференц-связи.

Заседание конкурсной комиссии является правомочным, если на нем присутствуют не менее половины от общего числа членов конкурсной комиссии и их количество является нечетным.

Секретарь конкурсной комиссии информирует членов конкурсной комиссии о месте, времени проведения и повестке дня заседаний конкурсной комиссии, обеспечивает членов конкурсной комиссии необходимыми материалами, готовит проекты протоколов заседаний конкурсной комиссии.

Решения конкурсной комиссии принимаются большинством голосов членов конкурсной комиссии, присутствующих на заседании конкурсной комиссии.

Решения конкурсной комиссии оформляются протоколом, который подписывают председательствующий и секретарь конкурсной комиссии. Мнения членов конкурсной комиссии, оставшихся в меньшинстве при голосовании, заносятся по их требованию в протокол.

4.5. В случае если член конкурсной комиссии лично, прямо или косвенно заинтересован в результатах определения победителей Конкурса, он обязан проинформировать об этом конкурсную комиссию

до рассмотрения данного вопроса на заседании конкурсной комиссии и воздержаться от голосования по нему.

Для целей настоящего Положения под личной заинтересованностью понимается возможность получения доходов в денежной либо натуральной форме, доходов в виде материальной выгоды непосредственно для члена конкурсной комиссии, его близких родственников, а также граждан или организаций, с которыми член конкурсной комиссии связан финансовыми или иными обязательствами.

4.6. Организационно-техническое обеспечение деятельности конкурсной комиссии осуществляется Организатором.

5. ОРГАНИЗАТОР И ОПЕРАТОР КОНКУРСА

5.1. Организатор организует работу по подготовке и проведению Конкурса, создает конкурсную комиссию, осуществляет контроль проведения Конкурса.

5.2. Оператор Конкурса осуществляет организацию и проведение Конкурса в соответствии с условиями заключенного между оператором Конкурса и Организатором государственного контракта и настоящим Положением.

5.3. Организатор не несет ответственности за неполучение от участника необходимых сведений, в том числе по вине третьих лиц, а также за технические проблемы и противоправные действия в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и (или) каналах связи, используемых при проведении Конкурса, невозможность установления связи с участником и (или) его представителем из-за указанных им неверных или неактуальных контактных данных.

5.4. При предоставлении участником Конкурса недостоверных сведений или документов, нарушении условий Конкурса Организатор имеет право отказать участнику Конкурса в участии на любом этапе проведения Конкурса.

5.5. Организатор оставляет за собой право досрочного прекращения и (или) временного приостановления Конкурса или хода голосования с обязательным уведомлением участников Конкурса посредством размещения информации на официальном сайте Конкурса.

5.6. Организатор не несет ответственности за действия участников, а также не возмещает расходы, понесенные участниками Конкурса в связи с участием в Конкурсе.

5.7. Организационная работа по подготовке и проведению Конкурса осуществляется Организатором по адресу: 107996, Россия, Москва, Орликов переулок, д. 1/11. Справочная информация: +7 (499) 994 00 75, info@russiantastes.ru, вкусыроссии.рф.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1. Экспертная оценка Заявок осуществляется по критериям оценки, приведенным в приложении № 3 к настоящему Положению.

7. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ ЗАЯВОК И ПОДВЕДЕНИЯ ИТОГОВ КОНКУРСА

7.1. Оценка представленных на Конкурс Заявок, за исключением Заявок по номинации, указанной в подпункте «з» пункта 3.1 настоящего Положения, состоит из экспертной оценки допущенных к участию в Конкурсе Заявок привлеченными оператором Конкурса экспертами Конкурса и последующего рассмотрения конкурсной комиссией Заявок финалистов по каждой из номинаций, отобранных экспертами Конкурса.

Оценка Заявок состоит из 4 основных этапов:

а) проверка Заявок на соответствие условиям и требованиям Конкурса: Заявки, прошедшие проверку на соответствие условиям и требованиям Конкурса, оператор Конкурса направляет экспертам Конкурса для проведения экспертной оценки;

б) экспертная оценка Заявок: эксперты Конкурса проводят

комплексную оценку Заявок в электронной системе, доступ к которой осуществляется по уникальному идентификатору (логину) и паролю эксперта Конкурса через официальный сайт Конкурса. Каждая Заявка рассматривается не менее чем 2 экспертами независимо друг от друга;

в) формирование шорт-листа финалистов: по итогам экспертной оценки Заявок оператор Конкурса формирует шорт-лист финалистов (перечень Заявок, набравших наибольшее количество баллов, рекомендованных к рассмотрению конкурсной комиссией) и передает его на рассмотрение в конкурсную комиссию;

г) определение победителя: конкурсная комиссия по результатам голосования осуществляет определение победителя из шорт-листа финалистов по каждой номинации.

7.2. Экспертная оценка Заявок экспертами Конкурса осуществляется с учетом Методических рекомендаций по оценке заявок на участие в Первом национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенных в приложении № 4 к настоящему Положению.

7.3. Конкурсная комиссия рассматривает Заявки, за исключением Заявок по номинации, указанной в подпункте «з» пункта 3.1 настоящего Положения, с учетом их предварительного рейтинга, определяемого как сумма средних баллов, присвоенных оценившими Заявку экспертами Конкурса по каждому критерию, а также с учетом результатов народного голосования.

7.4. Итоги Конкурса оформляются протоколом, который подписывается председательствующим и секретарем конкурсной комиссии.

7.5. В течение 7 рабочих дней со дня подведения итогов Конкурса Организатор размещает информацию о победителях на официальном сайте Организатора www.msx.gov.ru и на официальном сайте Конкурса.

7.6. Решение конкурсной комиссии по итогам Конкурса пересмотру

не подлежит.

8. ЭЛЕКТРОННОЕ (НАРОДНОЕ) ГОЛОСОВАНИЕ

8.1. Народное голосование проводится путем электронного голосования на официальном сайте Конкурса для определения победителей в номинации, указанной в подпункте «з» пункта 3.1 настоящего Положения.

8.2. Каждый посетитель официального сайта Конкурса имеет возможность проголосовать за участников Конкурса. Посетитель официального сайта Конкурса вправе подать не более 3 голосов.

8.3. Организатор для электронного голосования не позднее 18 ноября 2020 г. размещает информацию об участниках Конкурса на официальном сайте Конкурса.

8.4. Сроки проведения народного голосования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

а) начало голосования – 19 ноября 2020 г. в 9 часов 00 минут по московскому времени;

б) окончание голосования – 2 декабря 2020 г. в 23 часа 59 минут по московскому времени.

Подведение итогов народного голосования осуществляется не позднее 8 декабря 2020 г.

Победитель в номинации, указанной в подпункте «з» пункта 3.1 настоящего Положения, объявляется по окончании голосования на итоговом заседании конкурсной комиссии при подведении итогов Конкурса.

9. НАГРАДЫ КОНКУРСА И ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ

9.1. Для награждения победителей Конкурса учреждаются следующие награды:

диплом финалиста (первой, второй, третьей степени);

диплом победителя.

9.2. Все участники Конкурса получают диплом участника.

9.3. Награды вручаются председателем или заместителем председателя конкурсной комиссии.



**Приложение № 1
к Положению о порядке
проведения в 2020 году
Первого национального
конкурса региональных
брендов продуктов питания
«Вкусы России»**

**ТРЕБОВАНИЯ
к заявке на участие в Первом национальном конкурсе
региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»**

1. Для участия в Первом национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – Конкурс) участник Конкурса должен заполнить электронную форму заявки на русском языке на официальном сайте Конкурса в информационно-коммуникационной сети «Интернет» по форме, приведенной в приложении № 2 к Положению о порядке проведения в 2020 году Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее соответственно – Заявка, Положение). Заявка должна содержать следующую информацию:

1) о региональном бренде продуктов питания:

номинация, по которой подается Заявка;

название регионального бренда продуктов питания;

история регионального бренда продуктов питания, а именно: история появления, первые изображения, исторические факты, легенды и фольклор, упоминание в литературных произведениях, взаимосвязь с историческими личностями и (или) произведениями искусства, индивидуальная символика (эмблема, герб, символ, шрифт) и т.д.;

описание территориальной идентичности бренда, а именно: географические, климатические, технологические, людские

характеристики местности или территории, влияющие на характеристики сырья или самого продукта питания, реализуемого под региональным брендом продуктов питания;

реализованные органами управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукта питания, реализуемого под региональным брендом продуктов питания;

для номинации «Вкус без границ»: опыт экспорта продуктов питания, реализуемых под региональным брендом продуктов питания, в зарубежные страны, перечень стран, объем поставленных продуктов питания на экспорт;

для номинации «Загляните на огонек»: наличие проектов в сфере гастрономического туризма (собственные рестораны, точки проведения дегустаций, мастер-классов) или производства, ориентированного на посещение туристами;

2) о производителях и продукте питания, реализуемом под региональным брендом продуктов питания:

количество производителей продукта питания, реализуемого под региональным брендом продуктов питания;

информация о производителях, включая полное и сокращенное (при наличии) наименования;

информация о продукте питания, вкусовых характеристиках;

информация об экологичности производства, а именно: сведения о производстве продукта питания, реализуемого под региональным брендом продуктов питания, и сырье для его производства, а также о соблюдении при производстве следующих особых требований: применение умеренно опасных и (или) мало опасных пестицидов и агрохимикатов; запрет на применение клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-

инженерно-модифицированных и трансгенных организмов; запрет на применение ионизирующего излучения;

наличие организованных групп производителей или кооперативов;

3) о дальнейшем развитии и продвижении регионального бренда продуктов питания:

предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продуктов питания, продвижению и популяризации регионального бренда продуктов питания, запланированные органами власти региональные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продуктов питания, реализуемых под региональным брендом продуктов питания;

для номинации «Вкус без границ»: предложения по развитию экспорта регионального бренда продуктов питания;

для номинации «Загляните на огонек»: предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продуктов питания.

2. В состав Заявки включаются электронная (отсканированная) копия документа, подтверждающего полномочия лица, заполнившего и подавшего Заявку, на подачу Заявки от имени участника Конкурса.

3. Заявка представляется оператору в форме электронных документов посредством заполнения соответствующих электронных форм, размещенных на официальном сайте Конкурса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Каждый документ прикрепляется к Заявке в виде одного файла. Все документы должны быть отсканированы в цвете в формате .pdf: качество – не менее 200 точек на дюйм (dpi) для сохранения всех аутентичных признаков подлинности, а именно: графической подписи уполномоченного лица, печати, углового штампа бланка, а также исходящего номера и даты документа.

4. Органы управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации для участия в Конкурсе, помимо указанных выше

документов, должны представить письмо, подписанное уполномоченным должностным лицом, о намерениях выполнить необходимые мероприятия по продвижению и рекламе Конкурса, установленные Положением и приложением № 5 к Положению, на этапе народного голосования.

5. Участник Конкурса вправе включить в состав Заявки дополнительную информацию и документы в соответствии с критериями оценки, приведенными в приложении № 3 к Положению.

6. Представляемые документы и информация должны быть достоверными, не противоречащими друг другу. Участник Конкурса самостоятельно несет ответственность за возможные негативные последствия представления недостоверных сведений.



Приложение № 2
к Положению о порядке проведения
в 2020 году Первого национального конкурса
региональных брендов продуктов питания
«Вкусы России»

Форма

З А Я В К А
на участие в Первом национальном конкурсе
региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»

Раздел 1. Информация об участнике конкурса

1	Контактный номер телефона +7 () - - - -
2	Рабочий номер телефона (при наличии) +7 () - - - - возможность указать добавочный номер, если телефон рабочий
3	Электронная почта Поле подтягивается автоматически в форму с первой страницы авторизации. Есть возможность редактировать поле и заменить почту
4	Федеральный округ Выбор 1 варианта из выпадающего списка федеральных округов
5	Регион Выбор 1 варианта из выпадающего списка субъектов Российской Федерации
6	Наименование органа, организации – участника конкурса Текст
7	Фамилия, имя, отчество (при наличии), должность в органе, организации лица, уполномоченного на подачу заявки на участие в конкурсе Текст

8	Согласие на обработку персональных данных <i>Данет</i>
9	Прикрепите отсканированную копию официального письма, подтверждающего Ваши полномочия на подачу заявки на участие в конкурсе <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i>
10	Прикрепите письмо, подписанное уполномоченным должностным лицом, о готовности выполнить необходимые мероприятия по продвижению и рекламе конкурса ¹ <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i>

Раздел 2. О бренде

1	Номер заявки <i>Генерируется автоматически</i>
2	Название регионального бренда продуктов питания <i>Текст</i>
3	Федеральный округ происхождения регионального бренда продуктов питания <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка федеральных округов</i>
4	Регион происхождения регионального бренда продуктов питания <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка субъектов Российской Федерации</i>
5	Населенный пункт происхождения регионального бренда продуктов питания <i>Текст</i>
6	Тип продуктов питания <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</i> <ul style="list-style-type: none"> • сырьевые • гастрономические • кулинарные

¹ В случае если заявка на участие в конкурсе подается от органа управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации.

7	<p>Классификация продуктов питания регионального бренда</p> <p><i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • мясо (в том числе мясо птицы) и продукция из него • плодовоовощные товары • вкусовые товары • пищевые жиры • молочные продукты • крахмал, сахар, мед • зерномучные товары • рыба и рыбные продукты • яйца и продукция из них • кулинарная продукция • безалкогольные напитки/минеральные воды/квас • алкогольные напитки • продукты для функционального и специализированного питания, в том числе детского дошкольного и школьного питания, диетического питания, здорового питания, продукты для спортсменоз • кондитерские товары • иное (указать, что именно)
8	<p>Выбор номинации</p> <p><i>Выбор из выпадающего списка:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • На всю страну • Из нашей деревни • Вкусное рядом • Попробуй, полюбишь • Ярмарка вкусов

Раздел 3. История регионального бренда продуктов питания²

1	<p>Укажите, в какой период или год началась история регионального бренда продуктов питания</p> <p><i>Текст</i></p>
---	---

² Пункты данного раздела заполняются в случае наличия соответствующей информации у участника конкурса.

2	Опишите историю появления регионального бренда продуктов питания
	<i>Текст</i>
3	Приложите ссылки на статьи в средствах массовой информации, упоминания в местных телепередачах, а также электронные копии газет, журналов, документов и других материалов, которые подтверждают или рассказывают о происхождении регионального бренда продуктов питания. Коротко расскажите про них
	<i>Текст.</i>
	<i>Документы (прикрепляются заявителем на портале в формате PDF, JPG)</i>
4	Прикрепите первые изображения и фотографии регионального бренда продуктов питания, опишите, к какому временному периоду они относятся
	<i>Текст.</i>
	<i>Есть возможность прикрепить файл на портале в формате PDF, JPG</i>
5	Укажите фамилию, имя, отчество (при наличии) известной и/или исторической личности и расскажите связанную с ним/с ней историю регионального бренда продуктов питания. Подкрепите рассказ ссылками на источники
	<i>Текст</i>
6	Пропитируйте отрывок литературного произведения с упоминанием регионального бренда продуктов питания. Укажите полное название произведения и фамилию, имя, отчество (при наличии) автора
	<i>Текст</i>
7	Приведите примеры упоминания регионального бренда продуктов питания и его истории в фольклоре (песни/сказки/былины/загадки/поговорки). Пропитируйте отрывок
	<i>Текст</i>
8	Приложите фотографии конкретных произведений изобразительного искусства с упоминанием регионального бренда продуктов питания. Коротко поясните взаимосвязь
	<i>Файлы прикрепляются заявителем на портале в формате PDF, JPG</i>
9	Приложите фото, электронные копии герба, эмблемы, шрифта, логотипа, символа, которые ассоциируются с региональным брендом продуктов питания исторически или на протяжении длительного времени. Коротко расскажите про них
	<i>Текст.</i>
	<i>Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG</i>
10	Проводятся ли в Вашем субъекте Российской Федерации культурно-массовые мероприятия (фестивали, ярмарки), посвященные региональному бренду продуктов питания?
	<i>Да/нет</i>
10.1	Перечислите собственные мероприятия, посвященные региональному бренду продуктов питания, коротко опишите их концепцию и

результаты их проведения в 2019 году			
<i>Таблица.</i>			
<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i>			
№ п/п	Название мероприятия	Концепция участия	Количество посетителей Вашей зоны
1	текст	текст	текст
10.2 Прикрепите фото- и видеоматериалы с мероприятий			
<i>Есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG, указать ссылку на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>			
11	Существуют ли памятники, музеи и другие достопримечательности, посвященные региональному бренду продуктов питания		
	<i>Да/нет</i>		
11.1	Дайте краткую справку о музее/памятнике или другой достопримечательности и прикрепите фото-, видеоматериалы		
	<i>Текст.</i>		
	<i>Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG. Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i>		
12	Ваши комментарии (что еще Вы считаете важным сообщить по вопросам исторической и культурной идентичности регионального бренда)		
	<i>Текст.</i>		
	<i>Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG</i>		

Раздел 4. Территориальная идентичность бренда

1	Какие географическо-климатические особенности местности или территории региона влияют на характеристики сырья или самого продукта регионального бренда продуктов питания. Укажите ссылки на источники информации
	<i>Текст</i>
2	Какие технологические, людские или иные особенности местности или территории региона влияют на особые характеристики сырья или самого продукта регионального бренда продуктов питания. Укажите ссылки на источники информации
	<i>Текст</i>

Раздел 5. Характеристики продукта

1	Опишите продукт регионального бренда продуктов питания (цвет, вкус, запах, упаковка) <i>Текст</i>
2	Приложите профессиональную фотографию регионального бренда продукта питания, которая будет отображаться в каталоге на сайте vkusysrossii.ru <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i>
3	Какими уникальными характеристиками (полезными свойствами, вкусовыми качествами) обладает продукт питания регионального бренда? Почему они уникальны? <i>Текст</i>
4	Укажите конкурентов регионального бренда продуктов питания. В чем преимущества продукта питания регионального бренда перед конкурентами? Чем продукт питания регионального бренда отличается от продуктов конкурентов? <i>Текст</i>
5	Существует ли устоявшийся рецепт продукта питания регионального бренда? Расскажите про его особенности <i>Текст</i>

Раздел 6. Поддержка регионального бренда продуктов питания со стороны органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления

1	Укажите реализованные за последние 3 года программы, проекты, мероприятия по поддержке производства и продвижению регионального бренда продуктов питания <i>Таблица. Поле «№ п/п» генерируется автоматически</i>				
№ п/п	Тип поддержки	Год	Название проекта или мероприятия	Краткое описание	Достигнутые результаты
1	Выбор 1 варианта из выпадающего списка: <ul style="list-style-type: none"> • продвижение регионального бренда продуктов питания (среди местного населения на межрегиональных, всероссийских, международных мероприятиях; среди иных заинтересованных стейкхолдеров) • обеспечение правовой базы и инфраструктуры поддержки для 	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>

		<p>признания защиты и поддержки производителей продукции с региональным брендом продуктов питания</p> <ul style="list-style-type: none"> создание благоприятных условий для развития производства регионального бренда продуктов питания, включая экономические, социальные и экологические аспекты, на всех этапах цикла производства и продвижения соответствующей продукции разработка и финансирование региональных программ по поддержке производства продукции с региональным брендом продуктов питания иное 				
2	<p>Укажите запланированные на 2021 – 2024 годы программы, проекты, мероприятия по поддержке производства и продвижению регионального бренда продуктов питания</p> <p>Таблица. Поле «№ п/п» генерируется автоматически.</p>					

№ п/п	Тип поддержки	Год	Название проекта или мероприятия	Краткое описание	Ожидаемые результаты
1	<p>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</p> <ul style="list-style-type: none"> продвижение регионального бренда продуктов питания (среди местного населения на межрегиональных, всероссийских, международных мероприятиях; среди иных заинтересованных стейкхолдеров) обеспечение правовой базы и инфраструктуры поддержки для признания защиты и поддержки производителей продукции с региональным брендом продуктов питания создание благоприятных условий для развития производства регионального 	текст	текст	текст	текст

	бренда продуктов питания, включая экономические, социальные и экологические аспекты, на всех этапах цикла производства и продвижения соответствующей продукции				
	<ul style="list-style-type: none"> • разработка и финансирование региональных программ по поддержке производства продукции с региональным брендом продуктов питания • иное 				
3	Приложите копии региональных программ, положений о конкурсах, субсидиях, мерах поддержки и (или) другие документы, а также укажите ссылки на средства массовой информации и на официальные сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», подтверждающие поддержку регионального бренда продуктов питания со стороны органов государственной власти субъектов Российской Федерации за последние 3 года				
	Текст.				
	Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG				
4	Приложите копии программ, положений о конкурсах, субсидиях, мерах поддержки и (или) другие документы, а также укажите ссылки на средства массовой информации и на официальные сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», подтверждающие поддержку регионального бренда продуктов питания со стороны региональных органов власти на 2021 – 2024 годы				
	Текст.				
	Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG				

Раздел 7. Производители регионального бренда продуктов питания

В данном разделе необходимо создать и заполнить отдельные карточки на каждого производителя регионального бренда продуктов питания.

После заполнения всех карточек производителей автоматически появится сводная таблица для оценки критериев по всем карточкам предприятий, представленная ниже

Количество производителей регионального бренда продуктов питания на 1 января 2020 г.	Общий объем производства продукции регионального бренда продуктов питания на 1 января 2020 г.
цифра	цифра

Подраздел «Кооперация между производителями»

1	Существует ли организованная группа производителей или кооператив, которые занимаются вопросами качества на стадиях производства, переработки или маркетинга продукции регионального бренда продуктов питания?	
	<i>Да/нет</i>	
1.1	Перечислите производителей регионального бренда продуктов питания, которые входят в организованную группу или кооператив	
	<i>Таблица.</i>	
	<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос</i>	
	№ п/п	Наименование производителя
	1	<i>текст</i>
1.2	Опишите деятельность организованных групп производителей или кооперативов, их ключевые цели и задачи, укажите конкретные достигнутые результаты за последние 3 года	
	<i>Текст.</i>	
	<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос</i>	
1.3	Прикрепите документы, подтверждающие деятельность организованных групп производителей или кооперативов, их ключевые цели и задачи	
	<i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG.</i>	
	<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос</i>	

Карточка производителя (предприятия) регионального бренда продуктов питания

Ключевые факты и цифры

1	Укажите официальное наименование производителя регионального бренда продуктов питания согласно ЕГРЮЛ/ЕГРНИП с указанием ИНН/ОГРН (ОГРНИП)			
	<i>Таблица.</i>			
	<i>Прикрепление выписки из ЕГРЮЛ/ЕГРНИП, подтверждающей наименование производителя и его ИНН/ОГРН (ОГРНИП)</i>			
	№ п/п	Полное наименование	Сокращенное наименование	ИНН/ОГРН (ОГРНИП)
	1	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>

2	Укажите официальные контактные данные производителя				
<i>Таблица</i>					
	№ п/п	Телефон	Электронная почта	Ссылка на сайт	
	1	текст	текст	текст	
3	Укажите контактное лицо производителя				
<i>Таблица</i>					
	№ п/п	Ф.И.О.	Должность	Мобильный телефон	Электронная почта
	1	текст	текст	текст	текст
4	Общий объем производства продукции регионального бренда продуктов питания за 2019 год				
<i>Цифра</i>					
<i>Выпадающий список (штуки, литры, килограммы, иное)</i>					
5	Опишите, какие этапы производства (включая производство с использованием уникальных технологий) регионального бренда продуктов питания реализуются на территории Вашего субъекта Российской Федерации или населенного пункта. Укажите фактический адрес производства				
<i>Текст</i>					
6	Приложите фото- и видеоматериалы упаковки и процесса производства регионального бренда продуктов питания				
<i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указывается ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>					
7	Какие из перечисленных ниже требований соблюдаются при изготовлении продукции регионального бренда и/или сырья?				
<i>Выбор из выпадающего списка:</i>					
<ul style="list-style-type: none"> • применение умеренно опасных и (или) мало опасных пестицидов и агрохимикатов • запрет на применение клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов • запрет на применение ионизирующего излучения 					
7.1.	Укажите, с какого года Вы внедрили данное требование к производству				
<i>Текст.</i>					
<i>Вопрос появляется после каждого выбранного варианта в вопросе 7</i>					
7.2.	Подтвердите данное внедрение документально				
<i>Прикрепите документ.</i>					
<i>Вопрос появляется после каждого выбранного варианта в вопросе 7</i>					

8	Перечислите Ваши собственные розничные точки продаж										
	<p><i>Таблица</i></p> <p><i>Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i></p> <table border="1"> <tr> <td>№ п/п</td> <td>Адрес</td> <td>Название магазина</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>текст</td> <td>текст</td> </tr> </table>			№ п/п	Адрес	Название магазина	1	текст	текст		
№ п/п	Адрес	Название магазина									
1	текст	текст									
9	Перечислите торговые сети, в которых представлен региональный бренд продуктов питания										
	<p><i>Таблица</i></p> <table border="1"> <tr> <td>№ п/п</td> <td>Торговая сеть</td> <td>Регион/город</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>текст</td> <td>текст</td> </tr> </table>			№ п/п	Торговая сеть	Регион/город	1	текст	текст		
№ п/п	Торговая сеть	Регион/город									
1	текст	текст									
10	Укажите ссылку на собственный онлайн-магазин, где представлен региональный бренд продуктов питания										
	<i>Текст</i>										
11	Перечислите сторонние онлайн-магазины, в которых представлен региональный бренд продуктов питания										
	<p><i>Таблица</i></p> <table border="1"> <tr> <td>№ п/п</td> <td>Адрес</td> <td>Название точки продажи</td> <td>Ссылка на сайт</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>текст</td> <td>текст</td> <td>текст</td> </tr> </table>			№ п/п	Адрес	Название точки продажи	Ссылка на сайт	1	текст	текст	текст
№ п/п	Адрес	Название точки продажи	Ссылка на сайт								
1	текст	текст	текст								
12	Укажите ссылки на сайт и на все страницы										
	<p><i>Таблица</i></p> <table border="1"> <tr> <td>№ п/п</td> <td>Ссылка на сайт/социальную сеть</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>текст</td> </tr> </table>			№ п/п	Ссылка на сайт/социальную сеть	1	текст				
№ п/п	Ссылка на сайт/социальную сеть										
1	текст										
13	Прикрепите логотип производителя регионального бренда продуктов питания										
	<i>Логотипы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i>										
14	Приложите профессиональные фотографии регионального бренда продуктов питания										
	<i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i>										

Раздел 8. Гастрономический туризм

1	Существуют ли у регионального бренда продуктов питания собственные рестораны, кафе, точки проведения дегустаций на территории или рядом с территорией производства для привлечения внимания клиентов и повышения лояльности к региональному бренду продуктов питания			
<i>Да/нет</i>				
2	Перечислите собственные рестораны, кафе, точки проведения дегустаций на территории или рядом с территорией производства			
<i>Таблица</i>				
	№ п/п <i>1</i>	Название локации <i>текст</i>	Адрес <i>текст</i>	Ссылка на сайт <i>текст</i>
3	Кратко опишите концепцию локаций и результаты их работы			
<i>Таблица</i>				
<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на вопрос 1</i>				
	№ п/п	Название локации	Концепция (описание)	Количество посетителей в месяц <i>текст</i>
	<i>1</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>
4	Приложите фото- и видеоматериалы точек продаж/дегустиций/экскурсий на производство			
<i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указывается ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>				
5	Существуют ли у регионального бренда продуктов питания договоренности с ресторанами местной кухни по включению продуктов питания регионального бренда в меню?			
<i>Да/нет</i>				
5.1	Укажите перечень таких ресторанов и кафе местной кухни			
<i>Таблица</i>				
<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i>				
	№ п/п	Название ресторана/кафе	Ссылка на сайт ресторана/кафе <i>текст</i>	Позиция в меню <i>текст</i>
	<i>1</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>

6	Существуют ли у регионального бренда продуктов питания договоренности с туристическими фирмами и индивидуальными гидами по включению продукции регионального бренда продуктов питания в программу туристических маршрутов в виде дегустаций, экскурсий и прямых продаж туристам?			
6.1	<i>Да/нет</i>			
Укажите перечень туристических фирм и индивидуальных гидов				
<i>Таблица.</i>				
<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i>				
№ п/п	Название туристической фирмы/имя гида	Название экскурсии	Ссылка на туристическую фирму/гида/экскурсию	Какие страны представляют туристы
1	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>
7	Прикрепите фото- и видеоматериалы, которые раскрывают гастрономический туризм регионального бренда продуктов питания			
<i>Текст.</i>				
<i>Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG, указать ссылку на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>				

Раздел 9. Экспорт

1	Экспортируете ли Вы продукцию регионального бренда продуктов питания			
<i>Да/нет</i>				
1.1	Укажите наименования стран экспорта продукции регионального бренда продуктов питания и объем поставленных продуктов за последние 3 года			
<i>Таблица.</i>				
<i>Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос</i>				
№ п/п	Год	Название страны	Объем поставленной продукции	
1	<i>текст</i>	<i>текст</i>	<i>текст</i>	
1.2	Приложите документы, подтверждающие экспорт продукции регионального бренда продуктов питания			
<i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указывается ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>				
2	Укажите перечень международных выставок, конференций и форумов, на которых был представлен региональный бренд продуктов питания			
<i>Текст</i>				

3	Укажите ссылки на сайты регионального бренда продуктов питания и страницы в социальных сетях, ориентированные на международных покупателей и действующие не менее 1 года, которые ведутся на иностранных языках (Instagram, Facebook и иные)
	Текст

Раздел 10. Предложения по развитию и продвижению

Развернуто опишите предложения региона по развитию и продвижению регионального бренда продуктов питания на 2021 – 2024 годы, учитывая следующие моменты:	
1	Предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продуктов питания
2	Предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продуктов питания <i>Для номинации «Загляните на огонек»</i>
3	Предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продуктов питания <i>Для номинации «Вкус без границ»</i>
4	Предложения по развитию экспорта регионального бренда продуктов питания

Раздел 11. Дополнительные материалы

1	Фотографии
	Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате JPG, PDF
2	Видеоматериалы
	Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в форме ссылки на информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
3	Презентационные материалы
	Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в форме ссылки на информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
4	Готово ли региональное правительство принимать участие в акселерационной программе после конкурса
	Да/нет
	В данном пункте предполагается прикрепление описания акселерационной программы
4.1	Что было бы интересно получить от акселерационной программы
	Текст.
	Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос.

Приложение № 3
к Положению о порядке
проведения в 2020 году
Первого национального
конкурса региональных
брендов продуктов питания
«Вкусы России»

**ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ
экспертной оценки заявок**

Основные критерии экспертной оценки заявок (не распространяются на номинацию «Нас выбирают»):

1. История бренда, а именно:

- история появления;
- первые изображения;
- упоминание бренда в документах, газетах, журналах и т.п.;
- упоминание в произведении литературного и/или изобразительного искусства;
- упоминание в фольклоре, сказках и сказаниях народов;
- связь с исторической и/или общеизвестной личностью;
- наличие исторически сложившегося герба, эмблемы, символа;
- культурно-массовые мероприятия, посвященные региональному бренду продуктов питания;
- наличие музеев, памятников и других достопримечательностей, посвященных региональному бренду продуктов питания.

2. Территориальная идентичность бренда, а именно:

- географические, климатические характеристики местности или территории региона, влияющие на характеристики сырья или самих продуктов питания;
- технологические, людские характеристики местности или территории региона, влияющие на характеристики сырья или самих

продуктов питания.

3. Характеристики продуктов питания, а именно:

описание продуктов питания;

изображение продуктов питания;

уникальность характеристик и вкусовых свойств продуктов питания;

наличие устойчивого рецепта продуктов питания.

4. Поддержка со стороны органов управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации или органов местного самоуправления субъекта Российской Федерации, а именно:

фактически реализованные региональные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению и (или) развитию регионального бренда продуктов питания за 3 года;

запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению и (или) развитию регионального бренда продуктов питания на 2021 – 2024 годы.

5. Производители, а именно:

количество производителей регионального бренда продуктов питания (название, сайт);

наличие организованных групп производителей или кооперативов, которые занимаются вопросами качества, маркетинга, продвижения регионального бренда продуктов питания;

экологичность производства, а именно: пищевые продукты и сырье для их производства изготавливаются с соблюдением следующих особых требований: применение умеренно опасных и (или) мало опасных пестицидов и агрохимикатов; запрет на применение клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов; запрет на применение ионизирующего излучения;

для номинации «Вкус без границ»: опыт экспорта регионального бренда продуктов питания в зарубежные страны за последние 3 года (указан перечень стран, объем поставленных на экспорт продуктов питания);

для номинации «Загляните на огонек»: наличие проектов в сфере гастрономического туризма (собственные рестораны, точки проведения дегустаций, мастер-классов) или производства, ориентированного на посещение туристами.

6. Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продуктов питания на 2021 – 2024 годы (в формате эссе на заданную тему или развернутого ответа):

предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продуктов питания;

предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продуктов питания;

для номинации «Вкус без границ»: предложения по развитию экспорта регионального бренда продуктов питания;

для номинации «Загляните на огонек»: предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продуктов питания.



**Приложение № 4
к Положению о порядке
проведения в 2020 году
Первого национального
конкурса региональных
брендов продуктов питания
«Вкусы России»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по экспертной оценке заявок на участие в Первом национальном
конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»**

1. Настоящие Методические рекомендации разработаны в целях содействия экспертам Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – Конкурс) в экспертной оценке заявок на участие в Конкурсе (далее – заявки).

2. До начала оценки заявок эксперт должен ознакомиться с Положением о порядке проведения в 2020 году Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» и приложениями к нему, а также информационно-методическими материалами по вопросам подготовки и подачи заявок, размещенными на официальном сайте Конкурса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – официальный сайт Конкурса).

3. Заявка, допущенная до экспертной оценки, оценивается не менее чем двумя экспертами Конкурса.

Распределение заявок экспертам Конкурса осуществляется в информационной системе, используемой оператором.

Эксперт оценивает заявки участников через информационную систему, доступ к которой осуществляется по уникальному идентификатору (логину) и паролю через официальный сайт Конкурса.

4. Эксперт не вправе оценивать заявку, если она представлена организацией, в которой он или его близкий родственник является

работником или членом коллегиального органа, а также в иных случаях, если имеются обстоятельства, дающие основание полагать, что эксперт Конкурса лично, прямо или косвенно заинтересован в результатах рассмотрения соответствующей заявки. В указанном случае эксперт Конкурса уведомляет о конфликте интересов оператора посредством использования функции отказа от рассмотрения заявки на официальном сайте Конкурса.

5. Эксперт Конкурса в период проведения Конкурса и в течение трех лет с момента подведения его итогов не вправе обсуждать заявки участников с третьими лицами, а также органами государственной власти и/или организациями, представившими заявки, запрашивать у них документы, информацию и (или) пояснения, а также совершать иные действия, на основании которых участники Конкурса или третьи лица смогут идентифицировать эксперта Конкурса, оценивающего конкретную заявку.

6. Поданная через официальный сайт Конкурса заявка проверяется на соответствие требованиям к заявке и условиям Конкурса, установленным Положением о порядке проведения в 2020 году Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России». В случае выявления экспертом Конкурса несоответствия заявки установленным требованиям, обнаружения признаков недостоверности представленной в составе заявки информации, подложных документов эксперт Конкурса обязан незамедлительно уведомить об этом оператора.

7. Эксперт Конкурса при оценке заявки проводит полное и всестороннее исследование содержания заявки и представленных в ее составе документов и информации, учитывая ее соответствие выбранной заявителем номинации, и только после этого переходит к оценке заявки по критериям. Эксперту Конкурса также рекомендуется изучить информацию об участнике Конкурса из открытых источников.

8. Эксперт Конкурса оценивает заявку по шести критериям, присваивая по каждому из них баллы (целым числом) в соответствии с диапазоном баллов, установленным в таблице 1 настоящих Методических рекомендаций, рекомендуемым подходом к определению оценки и в зависимости от веса критерия.

При оценке заявок по критериям 5 и 6 для номинаций «Загляните на огонек» и «Вкус без границ» эксперту необходимо оценить их по дополнительным подкритериям, которые являются неактивными (не оцениваются) в этих критериях при оценке заявок по другим номинациям.

Оценка по каждому критерию сопровождается обосновывающим ее комментарием эксперта Конкурса. По результатам рассмотрения заявки эксперт Конкурса дает общее заключение с обоснованием выводов.

9. Заключение эксперта Конкурса формируется в электронной форме из оценок, комментариев и выводов эксперта Конкурса по заявке, внесенных в информационную систему оператора, посредством заполнения соответствующих электронных форм, размещенных на официальном сайте Конкурса, и хранится оператором в электронной форме не менее трех лет.

10. Рекомендуемый подход к проведению оценки по критериям оценки заявок:

Таблица 1

№ критерия	Критерии оценки заявок	Диапазон баллов
1.	История бренда	0 – 11
2.	Территориальная идентичность бренда	0 – 6
3.	Характеристика продукта	0 – 4
4.	Поддержка региона	0 – 6
5.	Производители	0 – 7 0 – 10 (при оценке заявок по

		номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек»)
6.	Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продуктов питания на 2021 – 2024 годы	0 – 4 0 – 6 (при оценке заявок по номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек»)

11. Содержание критериев оценки:

Таблица 2

№ п/п	Критерии оценки заявок	Диапазон баллов	Принципы оценки
1.	История бренда	0 – 11	<p>История появления <i>2 балла</i> История описана в виде увлекательного рассказа с завязкой, кульминацией и развязкой.</p> <p><i>1 балл</i> История описана общими словами, простое перечисление фактов.</p> <p><i>0 баллов</i> История описана 1 – 2 предложениями.</p> <p>Первые и исторические изображения</p> <p><i>1 балл</i> Представлено несколько изображений продуктов, указано, к какому временному периоду они относятся.</p>

			<p><i>0 баллов</i> Представлено одно изображение, отсутствует подпись/не представлены изображения.</p> <p>Упоминания бренда в документах, газетах, журналах и т.д.</p> <p><i>1 балл</i> Представлены упоминания бренда в документах, журналах и газетах, подкреплены подтверждениями в виде скан-копий.</p> <p><i>0 баллов</i> Не приведены упоминания в документах, журналах и газетах.</p> <p>Упоминание в произведениях литературного и (или) изобразительного искусства</p> <p><i>1 балл</i> Имеется упоминание в произведениях, и оно подтверждено выдержками из произведения, и (или) приложены фотографии с упоминанием регионального бренда продуктов питания в изобразительном искусстве.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствуют упоминания в произведениях литературного и (или) изобразительного искусства, или такие упоминания ничем не подтверждены.</p> <p>Упоминание в фольклоре:</p>
--	--	--	--

			<p>сказках и сказаниях, народных пословицах и поговорках</p> <p><i>1 балл</i> Имеется упоминание в фольклорном произведении, и оно подтверждено выдержками из произведения.</p> <p><i>0 баллов</i> Нет упоминания в фольклоре, или отсутствует его подтверждение.</p> <p>Связь с исторической и/или общеизвестной личностью</p> <p><i>1 балл</i> Имеется связь с исторической и/или общеизвестной личностью, имеется подтверждение такой связи или ссылки на источники.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует связь с исторической и/или общеизвестной личностью и/или ее подтверждение.</p> <p>Наличие исторически сложившегося герба, эмблемы, символа</p> <p><i>1 балл</i> Имеется герб, эмблема, символ, и приложены их графические изображения.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует герб, эмблема или символ, или не приложены их графические изображения/такие изображения нечитаемы.</p>
--	--	--	--

			<p>Культурно-массовые мероприятия, посвященные региональному бренду продуктов питания</p> <p><i>2 балла</i> Более 2 мероприятий в год с количеством участников более 1000 человек.</p> <p><i>1 балл</i> 1 мероприятие в год, менее 500 участников.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствие мероприятий.</p> <p>Музеи, памятники и другие достопримечательности, посвященные региональному бренду продуктов питания</p> <p><i>1 балл</i> Наличие достопримечательностей на территории региона, посвященных региональному бренду продуктов питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствие достопримечательностей, посвященных региональному бренду продуктов питания.</p>
2.	Территориальная идентичность бренда	0 – 6	<p>Географические, климатические характеристики местности или территории региона, влияющие на характеристики сырья или самого продукта с региональным брендом</p> <p><i>3 балла</i></p>

			<p>Подробно описаны географические, климатические характеристики местности или территории региона со ссылками на источники и научные публикации, имеется описание их влияния на особые характеристики сырья или самого продукта. Из приведенных фактов можно сделать однозначный вывод о наличии взаимосвязи.</p> <p><i>2 балл</i></p> <p>Подробно описаны географические, климатические характеристики местности или территории региона без ссылок на достоверные источники и научные публикации, и общими словами описано их влияние на особые характеристики сырья или самого продукта. Из приведенных фактов можно сделать вывод о наличии взаимосвязи.</p> <p><i>1 балл</i></p> <p>Географические, климатические характеристики местности или территории региона описаны общими словами, связь особых характеристик продукта с территорией неочевидна.</p> <p><i>0 баллов</i></p> <p>Географические, климатические характеристики местности не описаны.</p> <p>Технологические характеристики, людские факторы местности или территории региона,</p>
--	--	--	---

			<p>влияющие на характеристики сырья или самого продукта с региональным брендом</p> <p><i>3 балла</i> Подробно описаны технологические характеристики, людские факторы местности или территории региона со ссылками на источники и научные публикации, имеется описание их влияния на особые характеристики сырья или самого продукта. Из приведенных фактов можно сделать однозначный вывод о наличии взаимосвязи.</p> <p><i>2 балла</i> Подробно описаны технологические характеристики, людские факторы местности или территории региона без ссылок на источники и научные публикации, и общими словами описано их влияние на особые характеристики сырья или самого продукта. Из приведенных фактов можно сделать вывод о наличии взаимосвязи.</p> <p><i>1 балл</i> Технологические характеристики, людские факторы местности или территории региона описаны общими словами, связь особых характеристик продукта с территорией неочевидна.</p> <p><i>0 баллов</i> Технологические характеристики, людские</p>
--	--	--	---

			факторы местности или территории региона не описаны.
3.	Характеристика продукта	0 – 4	<p>Описание продукта</p> <p><i>1 балл</i> Описание продукта приведено детально: цвет, вкус, размер, упаковка.</p> <p><i>0 балл</i> Описание продукта не приведено, или приведено описание продукта общими словами.</p> <p>Изображение продукта</p> <p><i>1 балл</i> Прикреплено графическое изображение, позволяющее визуализировать продукт.</p> <p><i>0 баллов</i> Не прикреплено изображение продукта к заявке, или имеющееся изображение размыто.</p> <p>Уникальность характеристик и вкусовых свойств продукта</p> <p><i>2 балла</i> Имеется детальное описание особых характеристик продукта, его вкусовых свойств и конкурентных преимуществ.</p> <p><i>1 балл</i> Имеется детальное описание особых характеристик продукта и его вкусовых свойств.</p> <p><i>0 баллов</i></p>

			Особые характеристики и вкусовые свойства описаны общими словами, либо отсутствует такое описание.
4.	Поддержка региона	0 – 6	<p>Фактически реализованные органами государственной власти субъекта Российской Федерации и/или органами местного самоуправления региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции с региональным брендом и (или) развитию регионального бренда за 3 года</p> <p><i>3 балла</i> Подробно описаны фактически реализованные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства и продвижению продукции, информация подтверждена скан-копиями официальных документов, ссылками на нормативные правовые акты, публикации в Интернете и СМИ. Имеется описание результатов влияния указанных программ на производство, продвижение и развитие регионального бренда продуктов питания.</p> <p><i>2 балла</i> Подробно описаны реализованные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства и продвижению продукции,</p>

			<p>информация ничем не подтверждена. Результаты влияния указанных программ на производство, продвижение и развитие регионального бренда продуктов питания описаны общими словами.</p> <p><i>1 балл</i></p> <p>Программы, проекты и мероприятия по поддержке производства и продвижению продукции описаны общими словами. Из описания можно сделать вывод, что некоторая работа по поддержке регионального бренда продуктов питания в регионе велась.</p> <p><i>0 баллов</i></p> <p>Нет реализованных программ в регионе по поддержке регионального бренда продуктов питания.</p> <p>Запланированные органами государственной власти субъекта Российской Федерации и органами местного самоуправления региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции с региональным брендом и (или) развитию регионального бренда на период 2021 – 2024 годов</p> <p><i>3 балла</i></p> <p>Подробно описаны запланированные региональные и муниципальные программы,</p>
--	--	--	---

			<p>проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции и развитию регионального бренда продуктов питания, информация подтверждена скан-копиями официальных документов, ссылками на нормативные правовые акты и публикации в Интернете и СМИ. Имеется описание конкретных измеримых результатов программ и проектов.</p> <p><i>2 балла</i> Подробно описаны запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции и развитию регионального бренда продуктов питания, описаны конкретные измеримые результаты программ и проектов.</p> <p><i>1 балл</i> Запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции и развитию регионального бренда продуктов питания описаны общими словами, результаты указаны размыто.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствуют запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства и продвижению</p>
--	--	--	--

			продукции, развитию регионального бренда продуктов питания.
5.	Производители	0 – 7 0 – 10 (при оценке заявок по номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек»)	<p>Количество производителей</p> <p><i>2 балла</i> По производителям, указанным в заявке, приведены полные наименования предприятий согласно сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, а также ссылки на сайты и (или) аккаунты в социальных сетях производителей, контактные данные производителей.</p> <p><i>1 балл</i> По производителям, указанным в заявке, не везде приведены полные наименования предприятий согласно сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, а также не везде указаны ссылки на сайты и (или) аккаунты в социальных сетях производителей.</p> <p><i>0 баллов</i> Не указаны производители регионального бренда продуктов питания.</p> <p>Наличие организованных групп производителей или кооперативов, которые занимаются вопросами качества на стадиях производства, переработки, маркетинга и продвижения продукта с региональным брендом</p> <p><i>4 балла</i> Представлена детальная</p>

			<p>информация по всем производителям, входящим в группу. Указаны ключевые цели и задачи данной группы, формирование и деятельность данной группы подтверждаются официальными документами. В организованную группу или кооператив входят более 90% всех производителей.</p> <p><i>3 балла</i> Представлена детальная информация по всем производителям, входящим в группу. Указаны ключевые цели и задачи данной группы, формирование и деятельность данной группы подтверждаются официальными документами. В организованную группу или кооператив входят более 75% всех производителей.</p> <p><i>2 балла</i> Представлена детальная информация по всем производителям, входящим в группу. Указаны ключевые цели и задачи данной группы, формирование и деятельность данной группы подтверждаются официальными документами. В организованную группу или кооператив входят более 50% всех производителей.</p> <p><i>1 балл</i> Указаны ключевые цели и задачи группы, формирование и деятельность данной группы подтверждаются официальными документами. В организованную группу или кооператив входят</p>
--	--	--	--

			<p>менее 50% всех производителей.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует организованная группа производителей и/или кооператив, или деятельность данной группы не подтверждена документально.</p> <p>Экологичность производства</p> <p><i>1 балл</i> Продукция с региональным брендом и сырье для ее производства изготавливаются с соблюдением следующих особых требований: применение умеренно опасных и (или) мало опасных пестицидов и агрохимикатов; запрет на применение клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов; запрет на применение ионизирующего излучения.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует информация о производстве продукции с региональным брендом и сырья для ее производства с соблюдением следующих особых требований: применение умеренно опасных и (или) мало опасных пестицидов и агрохимикатов; запрет на применение клонирования и методов генной</p>
--	--	--	---

			<p>инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов; запрет на применение ионизирующего излучения.</p> <p><u>Оценивается только для номинации «Вкус без границ»:</u></p> <p>Опыт экспорта продукции в зарубежные страны за последние 3 года (указан перечень стран, объем поставленных на экспорт продуктов)</p> <p><i>3 балла</i> Указан перечень стран (не менее 2), в которые экспортируется продукт регионального бренда, объем поставленных на экспорт продуктов имеет положительную динамику за 3 года, вся информация подтверждена необходимыми документами.</p> <p><i>2 балла</i> Указан перечень стран (не менее 2), в которые экспортируется продукт регионального бренда, объем поставленных на экспорт продуктов не имеет положительной динамики за 3 года, но вся информация подтверждена необходимыми документами.</p>
--	--	--	--

			<p><i>1 балл</i> Указана 1 страна, в которую экспортируется продукт регионального бренда, объем поставленных на экспорт продуктов не имеет отрицательной динамики за 3 года, либо указано более 1 страны, но объем поставляемых на экспорт продуктов имеет отрицательную динамику за 3 года, либо не вся информация подтверждена необходимыми документами.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует опыт экспорта, или указанная информация по перечню стран и объему поставляемой продукции не подтверждена документально.</p> <p><u>Оценивается только для номинации «Загляните на огонек»:</u> Наличие проектов в сфере гастрономического туризма (собственные рестораны, точки проведения дегустаций, мастер-классов) или производства, ориентированного на посещение туристами</p> <p><i>3 балла</i> Наличие 3 и более проектов (объектов) в сфере гастрономического туризма, подтвержденное фотографиями, концепциями, ссылками на их работу в Интернете и социальных сетях.</p>
--	--	--	--

			<p><i>2 балла</i> Наличие 1 – 2 проектов (объектов) в сфере гастрономического туризма подтвержденное фотографиями, концепциями, ссылками на их работу в Интернете и социальных сетях.</p> <p><i>1 балл</i> Наличие 1 проекта (объекта) в сфере гастрономического туризма, приведено описание общими словами, документальных подтверждений, их существования и реализации не представлено.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствуют проекты (объекты) в сфере гастрономического туризма.</p>
6.	Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продуктов питания на 2021 – 2024 годы	<p>0 – 4 0 – 8 (при оценке заявок по номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек»)</p>	<p>Подготовлены предложения (эссе на заданную тему, развернутый ответ) по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2024 годы Предложения получают по 0, 1 или 2 балла за наличие в тексте каждой из указанных категорий предложений.</p> <p><i>2 балла</i> Предложение оформлено в виде проекта, подробно описана реалистичная концепция, указаны достижимые и измеримые ожидаемые количественные и качественные результаты</p>

			<p>внедрения данных предложений.</p> <p><i>1 балл</i> Предложение описано общими словами, но из текста можно понять его суть.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует информация по данной категории предложений.</p> <p>Категории предложений:</p> <p>1. Предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продуктов питания (планы по наращиванию мощностей и ресурсной базы).</p> <p>2. Предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продуктов питания (планируемые каналы сбыта, торговые сети, фирменные магазины, планы по участию в выставках, конференциях, форумах и фестивалях и т.д.).</p> <p><u>Оценивается только для номинации «Загляните на огонек»:</u></p> <p>3. Предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продуктов питания (планы по участию в сторонних культурно-массовых мероприятиях, планы по открытию собственных</p>
--	--	--	---

		<p>ресторанов, точек дегустации продуктов и проведения мастер-классов с описанием концепций, планы по организации экскурсий по производству (продукции регионального бренда), территории сбора сырья и т.д. с указанием адреса местонахождения таких локаций). Предложения по планам расширения линейки собственных культурно-массовых мероприятий, договоренностей с туристическими фирмами и индивидуальными гидами, по включению продукции регионального бренда продуктов питания в программу туристических маршрутов в виде дегустаций и прямых продаж туристам, планирование специальной упаковки для туристических целей и т.д.</p> <p><u>Оценивается только для номинации «Вкус без границ»:</u></p> <p>4. Предложения по развитию экспорта регионального бренда продуктов питания (планирование специальной упаковки для экспорта, планы по участию продукта регионального бренда в международных выставках, конференциях и форумах, договоренности с зарубежными партнерами о сотрудничестве на будущий период и т.д.).</p>
--	--	--



**Приложение № 5
к Положению о порядке
проведения в 2020 году
Первого национального
конкурса региональных
брендов продуктов питания
«Вкусы России»**

РЕКОМЕНДАЦИИ

**органам управления агропромышленным комплексом субъектов
Российской Федерации по вовлечению местной аудитории
в поддержку производителей региональных брендов продуктов
питания в рамках народного голосования
Первого национального конкурса региональных брендов
продуктов питания «Вкусы России»**

1. В рамках проведения Первого национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – Конкурс) организатор обеспечивает участников Конкурса, являющихся органами управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации, рекомендуемыми проектами пресс-релизов, текстов официальных информационных сообщений, а также необходимыми средствами визуальной индивидуализации Конкурса (графическими изображениями, шаблонами и др.) в целях продвижения Конкурса, подготовки рекламных и презентационных материалов, баннеров и иллюстраций.

2. Участникам Конкурса, указанным в пункте 1 настоящих Рекомендаций, предлагается следовать следующим рекомендациям в период проведения Конкурса:

2.1. Средства массовой информации (далее – СМИ) и информационные порталы:

PR-охват – не менее 60% от официального количества населения субъекта Российской Федерации;

привлечение к сотрудничеству не менее 50% от общего количества

зарегистрированных на территории субъекта Российской Федерации СМИ, а также информационных порталов.

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) рассылка пресс-релизов и официальных информационных сообщений, направляемых организатором;

2) организация дискуссий, обсуждений, специальных проектов с местными радиостанциями, блогерами, популярными подкастами в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет) на темы развития и поддержки местных производителей, агротуризма, гастрономического туризма и иных видов туризма, связанных с имеющимися в субъекте Российской Федерации региональными брендами продуктов питания, мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в части развития региональных брендов продуктов питания; организация интервью с фермерами, представителями производителей, органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

3) сотрудничество с местными телевизионными компаниями, печатными СМИ и информационными порталами с интеграцией следующих тем:

репортажи о деятельности ключевых производителей субъекта Российской Федерации, связанных с региональными брендами продуктов питания: отражение истории их развития и путей достижения успеха;

продвижение информации об экспорте и востребованности местных продуктов;

продвижение информации о качестве продуктов местных производителей: репортажи с производств;

продвижение информации об агротуризме, гастрономическом туризме и иных видах туризма, связанных с имеющимися в субъекте Российской Федерации региональными брендами продуктов питания;

продвижение информации о мерах поддержки субъектов малого

и среднего предпринимательства в части развития региональных брендов продуктов питания.

2.2. Социальные сети:

PR-охват – не менее 100% от официального количества населения субъекта Российской Федерации (учитывая пересечения целевой аудитории, посетителей из других субъектов Российской Федерации, итоговый минимальный целевой охват аудитории должен составлять не менее 40%).

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) размещение информации о Конкурсе на официальных страницах и в аккаунтах органов государственной власти субъектов Российской Федерации в социальных сетях с упоминаниями официальных страниц и аккаунтов Конкурса:

размещение информации о региональных брендах продуктов питания и местных производителях;

копии публикаций (далее – репосты), размещенных в СМИ (тематические статьи, фотографии, видео и т.п.);

2) репост официальных информационных сообщений и ключевых нативных материалов в группах, аккаунтах («пабликах») в социальных сетях;

3) организация размещения мотивирующих информационных сообщений и проведение мероприятий для местной целевой аудитории, вызывающих чувство гордости за производимые в субъекте Российской Федерации бренды продуктов питания (например, организация конкурса на лучшую фотографию, рисунок, видео о местных продуктах с последующим размещением участниками результатов работы в социальных сетях и упоминанием официальных страниц и аккаунтов Конкурса).

3. Участникам Конкурса, указанным в пункте 1 настоящих Рекомендаций, предлагается следовать следующим рекомендациям

в период проведения народного голосования:

3.1. СМИ и информационные порталы:

PR-охват – не менее 60% от официального количества населения субъекта Российской Федерации;

привлечение к сотрудничеству не менее 50% от общего количества зарегистрированных на территории субъекта Российской Федерации СМИ, а также информационных порталов.

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) рассылка пресс-релизов и официальных информационных сообщений, направляемых организатором;

2) организация дискуссий, обсуждений, специальных проектов с местными радиостанциями, блогерами, популярными подкастами в сети Интернет на темы развития и поддержки местных производителей, агротуризма, гастрономического туризма и иных видов туризма, связанных с имеющимися в субъекте Российской Федерации брендами продуктов питания, мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в части развития региональных брендов продуктов питания; организация интервью с фермерами, представителями производителей, органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

3) сотрудничество с местными телевизионными компаниями, печатными СМИ и информационными порталами с интеграцией следующих тем:

репортажи о деятельности ключевых производителей субъекта Российской Федерации, связанных с региональными брендами продуктов питания: отражение истории их развития и путей достижения успеха;

продвижение информации об экспорте и востребованности местных продуктов;

продвижение информации о качестве продуктов местных производителей: репортажи с производств;

продвижение информации об агротуризме, гастрономическом туризме и иных видах туризма, связанных с имеющимися в субъекте Российской Федерации региональными брендами продуктов питания;

продвижение информации о мерах поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в части развития региональных брендов продуктов питания.

3.2. Социальные сети:

PR-охват – не менее 100% от официального количества населения субъекта Российской Федерации (учитывая пересечения целевой аудитории, посетителей из других субъектов Российской Федерации, итоговый минимальный целевой охват аудитории должен составлять не менее 40%).

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) размещение информации о проведении в рамках Конкурса народного голосования на официальных страницах и в аккаунтах органов государственной власти субъектов Российской Федерации в социальных сетях с упоминаниями официальных страниц и аккаунтов Конкурса:

размещение информации о региональных брендах продуктов питания и местных производителях;

копии публикаций, размещенных в СМИ (тематические статьи, фотографии, видео и т.п.);

размещение информации, мотивирующей граждан принять участие в народном голосовании и поддержать местных производителей (на информационных порталах, в группах, аккаунтах в социальных сетях, блогах, в том числе с использованием таргетированной рекламы);

2) размещение на официальных страницах и в аккаунтах органов государственной власти субъектов Российской Федерации в социальных сетях репостов информационных сообщений официальных страниц и аккаунтов Конкурса и ключевых нативных материалов, выпущенных региональными СМИ;

3) нативная интеграция в аккаунтах блогеров отзывов о продуктах местных производителей, побуждающих поддержать региональный бренд продуктов питания в период проведения народного голосования;

4) организация размещения мотивирующих информационных сообщений и проведение мероприятий для местной целевой аудитории, вызывающих чувство гордости за производимые в субъекте Российской Федерации бренды продуктов питания, побуждающих принять участие в народном голосовании (например, организация конкурса на лучшую фотографию, рисунок, видео о местных продуктах с последующим размещением участниками результатов работы в социальных сетях и упоминанием официальных страниц и аккаунтов Конкурса).

4. Участникам Конкурса, указанным в пункте 1 настоящих Рекомендаций, предлагается следовать следующим рекомендациям в части создания и размещения наружной рекламы:

охват не менее 30% основных автомобильных дорог федерального и регионального значения с повышенным трафиком.

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) размещение наружной рекламы (рекламных щитов, баннеров, динамических баннеров, светодиодных экранов и т.п.), содержащей информацию о народном голосовании, на различных носителях наружной рекламы;

2) организация распространения рекламных листовок, содержащих информацию о народном голосовании, в местах массового скопления людей, общественных пространствах, объектах розничной торговли продовольственными товарами, ярмарках, рынках, торговых и торгово-развлекательных комплексах, на фестивалях и т.п.;

3) размещение информации на различных информационных стендах, в том числе органов власти субъектов Российской Федерации.

5. Участникам Конкурса, указанным в пункте 1 настоящих Рекомендаций, предлагается следовать следующим рекомендациям в части

информационного и перекрестного сотрудничества (кросс-промо-сотрудничество):

привлечение к информационному сотрудничеству 100% производителей, принимающих участие в конкурсе (за исключением случаев отсутствия у производителя возможностей для участия в распространении информации по объективным причинам);

привлечение к информационному сотрудничеству не менее 10% действующих в субъекте Российской Федерации компаний, использующих в своей деятельности продукты питания местного производства (продуктовые сетевые гипермаркеты и супермаркеты, объекты общественного питания), рекомендуемый итоговый PR-охват – не менее 30% от официального количества населения субъекта Российской Федерации.

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) привлечение информационных ресурсов производителей для продвижения народного голосования:

анонсирование на официальных страницах, в аккаунтах производителя в социальных сетях;

размещение информации на официальном сайте производителя;

размещение информации, побуждающей принять участие в народном голосовании, на упаковке продукта производителя;

осуществление рассылок по электронной почте;

прочие возможности продвижения информации о Конкурсе, имеющиеся у производителя;

2) привлечение к сотрудничеству для анонсирования народного голосования продуктовых сетевых гипермаркетов и супермаркетов, объектов общественного питания и других организаций, использующих в своей деятельности продукцию регионального бренда продуктов питания.

