



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

П Р И К А З

от 11 июня 2021 г.

№ 394

Москва

**О проведении 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, п р и к а з ы в а ю:

1. Провести в 2021 году Национальный конкурс региональных брендов продуктов питания «Вкусы России».
2. Утвердить прилагаемое Положение о порядке проведения в 2021 году Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России».
3. Департаменту пищевой и перерабатывающей промышленности

организовать работу по проведению Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» и подведению его итогов.

4. Рекомендовать органам управления агропромышленным комплексом субъектов Российской Федерации принять участие в 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 исполнением настоящего приказа возложить на заместителя Министра сельского хозяйства Российской Федерации О.Н. Лут.

И.о. Министра



М.И. Увайдов

УТВЕРЖДЕНО

приказом Минсельхоза России

от 11 июня 2021 г. № 394

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке проведения в 2021 году Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок проведения в 2021 году 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, отраслевые союзы (ассоциации), сельскохозяйственные потребительские кооперативы, выразившие согласие с требованиями к участникам Конкурса, а также подавшие заявку на участие в Конкурсе по форме, приведенной в приложении № 1 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 Конкурсе, приведенными в приложении № 2 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».

1.9. Участие в Конкурсе бесплатное.

1.10. Официальный сайт Конкурса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: vkusyrossii.rf (далее соответственно – официальный сайт Конкурса, сеть «Интернет»). Сведения о процессе прохождения 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 Конкурса 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;

географическое указание – обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара). На территории данного географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование характеристик товара;

пищевые продукты (пищевая продукция, продовольственные товары, продукты питания) (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 географическими объектами (существующими или существовавшими, относительно устойчивыми, характеризующимися определенным местоположением, такие как горы, реки, озера, ледники и иные природные объекты), 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;

гастрономические продукты – пищевая продукция, подвергнутая переработке. К ним относят пищевые продукты, пригодные к непосредственному употреблению человеком в пищу, в том числе: мука, дрожжи, макаронные изделия, сушеные овощи и фрукты, кофе, чай, соль, специи, сахар, крахмал, пищевые концентраты, алкогольные напитки (вина), копчености, консервы (мясные, овощные и др.), сыры, колбасы, мясные и рыбные деликатесы, икра, молочные продукты (йогурт, сметана, творог), соленья и маринованные продукты, безалкогольные напитки,

морепродукты в консервах, сиропы, соусы, масла растительные и животные и другое;

кулинарная продукция – готовые к употреблению блюда, кулинарные полуфабрикаты и кулинарные изделия, в том числе мучные кулинарные изделия, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, к ним относятся: пельмени, перепечи, пряники, супы, салаты, пироги, пирожки, ватрушки, пончики, блинчики, блины, оладьи, кексы, слойки, пряники и другое;

кулинарное изделие – пищевой продукт или сочетание продуктов, доведенные до кулинарной готовности;

кулинарный полуфабрикат – пищевой продукт или сочетание продуктов, прошедших одну или несколько стадий кулинарной обработки без доведения до готовности;

блюдо – пищевой продукт или сочетание продуктов и полуфабрикатов, доведенных до кулинарной готовности, порционированное и оформленное;

шорт-лист – перечень участников Конкурса, сформированный после экспертной оценки Заявки на участие в Конкурсе, состоящий из 10 позиций набравших наибольшее количество баллов;

полуфиналист – участник Конкурса, вошедший в шорт-лист;

финалист – участник Конкурса, претендующий на первое, второе или третье место в номинации (за исключением номинации «Нас выбирают») по результатам оценки конкурсной комиссией Заявок на участие в Конкурсе;

победитель – участник Конкурса, занявший первое место в номинации по результатам оценки конкурсной комиссией Заявок на участие в Конкурсе либо ставший победителем номинации «Нас выбирают» по результатам оценки народного голосования на официальном сайте Конкурса.

3. Порядок и условия проведения Конкурса

3.1. Конкурс проводится по 8 основным номинациям:

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

б) «Вкус природы» – бренды, относящиеся к продуктам питания не подвергнутым переработке (обработке). В номинации определяются 3 финалиста;

в) «Гастрономическая находка» – бренды, относящиеся к продуктам питания, входящим в категорию гастрономических продуктов. В номинации определяются 3 финалиста;

г) «Кулинарное наследие» – бренды, относящиеся к продуктам питания, входящим в категорию кулинарных продуктов. В номинации определяются 3 финалиста;

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

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

ж) «Вкус из глубинки» – бренды, территорией происхождения которых являются территории с численностью населения до 3 000 человек (по данным Росстата на 1 января 2021 г.). В номинации определяются 3 финалиста;

з) «Нас выбирают» – бренды, являющиеся победителями народного голосования на официальном сайте Конкурса при условии соответствия поданной Заявки условиям Конкурса. В номинации определяются 3 победителя.

3.2. Участник Конкурса может подать одну или несколько Заявок по разным номинациям Конкурса, за исключением номинаций: «Загляните на огонек», «Вкус из глубинки», «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 форме которых заполнены разделы 8 «Гастрономический туризм» и 9 «Экспорт» соответственно, а также в составе Заявки имеются предложения по развитию туристической инфраструктуры и (или) экспорта регионального бренда продуктов питания.

В номинации «Вкус из глубинки» принимают участие участники Конкурса, которые подали соответствующие Заявки, отобранные оператором Конкурса на втором этапе Конкурса, и которые соответствуют критериям данной номинации.

В номинации «Нас выбирают» принимают участие все участники Конкурса, подавшие Заявки посредством 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 в период с 16 июня по 1 сентября 2021 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», «Вкус из глубинки» в период со 2 по 12 сентября 2021 года.

Третий этап – экспертная оценка Заявок в период с 13 сентября по 18 октября 2021 года.

Четвертый этап – проведение народного голосования на официальном сайте Конкурса с 9:00 20 октября 2021 г. до 23:59 7 ноября 2021 г.

Пятый этап – подведение конкурсной комиссией итогов Конкурса

с учетом результатов экспертной оценки Заявок и народного голосования, дата определяется Организатором.

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 критериям, установленным приложением № 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;

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

е) все производители региональных брендов продуктов питания в номинации «На всю страну» должны быть включены в Государственный реестр географических указаний и наименований мест происхождения товаров Российской Федерации;

ж) производители регионального бренда продуктов питания на момент подачи заявки не должны быть ликвидированы или проходить стадию ликвидации;

з) региональные бренды продуктов питания, признанные победителями¹ Первого национального конкурса «Вкусы России»,

¹ Победителями являются региональные бренды, занявшие первые места в следующих номинациях: «На всю страну», «Из нашей деревни», «Вкусное рядом», «Попробуй, полюбишь», «Ярмарка вкуса», «Загляните на огонек», «Вкус без границ», а также все победители номинации «Нас выбирают».

проведенного в 2020 году, не допускаются к участию в Конкурсе;

и) 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 Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенных в приложении № 5 к настоящему Положению, на четвертом этапе Конкурса.

3.5. Участник Конкурса в срок с 00:00 по московскому времени 16 июня 2021 г. до 23:59 по московскому времени 1 сентября 2021 г. подает Заявку на участие в Конкурсе через официальный сайт Конкурса в соответствии с требованиями к Заявке на участие в Национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России», приведенными в приложении № 2 к настоящему Положению.

Заявка на участие в Конкурсе, дополнительная информация и документы в случае их предоставления участником Конкурса 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, которое подписано лицом, уполномоченным действовать от имени участника Конкурса, представившего данную Заявку.

Оператор Конкурса не допускает Заявку до участия в Конкурсе или прекращает ее рассмотрение в следующих случаях:

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 Конкурса 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. Участник Конкурса несет ответственность за подлинность, достоверность предоставленных документов, материалов и информации, а также правомерность их предоставления. Подачей Заявки на участие в Конкурсе участник Конкурса подтверждает, что предоставленные документы, материалы и информация, входящие в состав Заявки на участие в Конкурсе, поданы от имени участника Конкурса, и он несет ответственность за подлинность и достоверность этих документов,

материалов и информации, а также имеет права на их использование.

3.11. Участники 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 полуфиналистов Конкурса и прилагаемые к ним документы (при наличии);

определяет финалистов и победителя 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 в очном и заочном формате, а также с использованием систем видео-конференц-связи.

Очное заседание конкурсной комиссии является правомочным, если на нем присутствуют не менее половины от общего числа членов конкурсной комиссии.

Заочное заседание конкурсной комиссии является правомочным, если в заочном голосовании приняли участие не менее половины от общего числа членов конкурсной комиссии. Заочное голосование конкурсной комиссии осуществляется в письменном виде с использованием бланка заочного голосования. Бланк заочного голосования учитывается при подсчете голосов при наличии подписи члена конкурсной комиссии.

Секретарь конкурсной комиссии информирует членов конкурсной комиссии о формате, 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 очном заседании конкурсной комиссии, или проголосовавших при проведении заочного заседания конкурсной комиссии.

При равенстве голосов на очном заседании конкурсной комиссии голос председательствующего конкурсной комиссии является решающим.

При равенстве голосов на заочном голосовании голос председательствующего конкурсной комиссии является решающим.

Решения конкурсной комиссии оформляются протоколом, который подписывает председатель конкурсной комиссии. Мнения членов конкурсной комиссии, оставшихся в меньшинстве при голосовании, заносятся по их требованию в протокол.

4.5. Оценка заявок конкурсной комиссией осуществляется в следующем порядке:

1) Организатор предоставляет членам конкурсной комиссии шорт-лист полуфиналистов, сформированный по итогам экспертной оценки

заявок;

2) основываясь на критериях оценки, приведенных в приложении № 3 к настоящему Положению, с учетом внутреннего убеждения, каждый член конкурсной комиссии формирует рейтинг полуфиналистов в каждой отдельной номинации, выставя баллы от большего к меньшему;

3) секретарь конкурсной комиссии производит расчет среднего балла из совокупности баллов, выставленных членами конкурсной комиссии каждому полуфиналисту в каждой отдельной номинации;

4) первое место в каждой номинации занимает набравший большее количество баллов, вторые и третьи места – в порядке убывания баллов.

4.6. 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.

4.7. 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 за проведением 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 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, вкусывроссии.рф.

6. Критерии оценки

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

г) определение финалистов и победителей конкурса: конкурсная комиссия по результатам голосования осуществляет определение финалистов и победителей из шорт-листа полуфиналистов по каждой номинации.

7.2. Экспертная оценка Заявок экспертами Конкурса осуществляется с учетом Методических рекомендаций по оценке заявок на участие в 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.

7.4. Итоги Конкурса оформляются протоколом, который подписывает председатель конкурсной комиссии.

7.5. В течение 10 рабочих дней со дня подведения итогов Конкурса Организатор размещает информацию о победителях на своем официальном сайте www.mcx.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. Для проведения электронного голосования Организатор не позднее 18 октября 2021 г. размещает информацию об участниках Конкурса на официальном сайте Конкурса.

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

а) начало голосования – 20 октября 2021 г. в 9:00 по московскому времени;

б) окончание голосования – 7 ноября 2021 г. в 23:59 по московскому

времени.

Подведение итогов народного голосования осуществляется в сроки, определенные Организатором Конкурса.

Победитель в номинации, указанной в подпункте «з» пункта 3.1 настоящего Положения, объявляется в сроки, определенные Организатором Конкурса.

9. Награды Конкурса и церемония награждения

9.1. Для награждения финалистов и победителей Конкурса утверждаются следующие награды: диплом победителя первой степени, диплом финалиста второй и третьей степени.

9.2. Награды вручаются председателем, заместителем председателя или членами конкурсной комиссии.



Приложение № 1
к Положению о порядке проведения
в 2021 году Национального конкурса
региональных брендов продуктов питания
«Вкусы России»

Форма

З А Я В К А

на участие в Национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»

Раздел 1. Информация об участнике Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – конкурс)

| | |
|---|--|
| 1 | Контактный номер телефона +7 () - - - |
| 2 | Рабочий номер телефона (при наличии) +7 () - - - возможность указать дополнительный 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 участника конкурса 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> |

Раздел 2. О бренде

| | |
|---|--|
| 1 | Номер заявки |
| | <i>Генерируется автоматически</i> |
| 2 | Название регионального бренда продукта питания |
| | <i>Текст</i> |
| 3 | Федеральный округ происхождения регионального бренда продукта питания |
| | <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка федеральных округов Российской Федерации</i> |
| 4 | Регион происхождения регионального бренда продукта питания |
| | <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка субъектов Российской Федерации</i> |
| 5 | Населенный пункт происхождения регионального бренда продукта питания |
| | <i>Текст</i> |
| 6 | Тип продукта питания |
| | <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</i> |
| | <ul style="list-style-type: none"> • сырьевые • гастрономические • кулинарные |
| 7 | Классификация продукта питания регионального бренда |
| | <i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</i> |
| | <ul style="list-style-type: none"> • мясо (в том числе мясо птицы) и продукция из него • плодоовощные товары • вкусовые товары • пищевые жиры • молочные продукты |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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 спортсменов; • кондитерские товары • иное (указать, что именно). |
| 8 | <p>Входит ли данный региональный бренд продукта питания в реестр географических указаний и наименований мест происхождения товаров Российской Федерации?</p> <p><i>Да/нет</i></p> |
| 9 | <p>Выбор номинации</p> <p>Выбор из выдающего списка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • На всю страну • Вкус природы • Гастрономическая находка • Кулинарное наследие |

Раздел 3. История регионального бренда продукта питания¹

| | |
|---|---|
| 1 | <p>Укажите, в какой период или год началась история регионального бренда продукта питания</p> <p><i>Текст</i></p> |
| 2 | <p>Опишите историю появления регионального бренда продукта питания</p> <p><i>Текст</i></p> |
| 3 | <p>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 продукта питания. Коротко расскажите про них</p> |

¹ Пункты данного раздела заполняются в случае наличия соответствующей информации у участника конкурса.

| | |
|------|--|
| | <i>Текст.</i> Документы (прикрепляются заявителем на портале в формате PDF, JPG) |
| 4 | Прикрепите первые изображения и фотографии регионального бренда продукта питания, опишите, к какому временному периоду они относятся |
| | <i>Текст.</i> Есть возможность прикрепить файл на портале в формате PDF, JPG |
| 5 | Укажите фамилию, имя, отчество (при наличии) известной и (или) исторической личности и расскажите связанную с ним (с ней) историю регионального бренда продукта питания. Подкрепите рассказ ссылками на источники |
| | <i>Текст</i> |
| 6 | Прочитайте отрывок литературного произведения с упоминанием регионального бренда продукта питания. Укажите полное название произведения и фамилию, имя, отчество (при наличии) автора |
| | <i>Текст</i> |
| 7 | Приведите примеры упоминания регионального бренда продукта питания и его истории в фольклоре (песни/сказки/былины/загадки/поговорки). Прочитайте отрывок |
| | <i>Текст</i> |
| 8 | Приложите фотографии конкретных произведений изобразительного искусства с упоминанием регионального бренда продукта питания. Напишите название произведения и его автора (при наличии). Коротко поясните взаимосвязь |
| | <i>Файлы прикрепляются заявителем на портале в формате PDF, JPG.</i> <i>Есть возможность оставить комментарий</i> |
| 9 | Приложите фото, электронные копии герба, эмблемы, шрифта, логотипа, символа, которые ассоциируются с региональным брендом продукта питания исторически или на протяжении длительного времени. Коротко расскажите про них |
| | <i>Файлы прикрепляются заявителем на портале в формате PDF, JPG.</i> <i>Есть возможность оставить комментарий</i> |
| 10 | Проводятся ли в Вашем субъекте Российской Федерации культурно-массовые мероприятия (фестивали, ярмарки), посвященные региональному бренду продукта питания? |
| | <i>Да/нет</i> |
| 10.1 | Перечислите собственные мероприятия, посвященные региональному бренду продукта питания, коротко опишите их концепцию и результаты их проведения в 2020 году |

| <i>Таблица.</i> Вопрос появляется только при ответе «да» на предыдущий вопрос | | | | | |
|--|--|-----------------------|---|---|---|
| № п/п | Название мероприятия | Концепция участия | Количество посетителей | Ссылка на официальный сайт/ социальные сети мероприятия | Укажите площадку проведения мероприятия и ее адрес |
| 1 | текст | текст | <i>Выдающийся список</i> ● до 100 ● от 100 до 500 ● от 500 до 5 000 ● от 5 000 до 10 000 ● от 10 000 до 50 000 ● более 50 000 | текст | текст |
| 10.2 | Прикрепите фото- и видеоматериалы с мероприятий | | | | |
| <i>Есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG, указать ссылку на информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i> | | | | | |
| 11 | Принимает ли участие производитель регионального бренда продукта питания во внешних мероприятиях (выставках, фестивалях, забегах и пр.)? | | | | |
| <i>Да/нет</i> | | | | | |
| 11.1 | Перечислите мероприятия (фестивали, выставки и пр.), в которых принимал участие производитель регионального бренда продукта питания в 2020 году и планирует принять участие в 2021 – 2022 годах | | | | |
| <i>Таблица</i> Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос. | | | | | |
| № п/п | Название мероприятия | Концепция мероприятия | Участие в 2020 году (описать формат присутствия на мероприятии в 2020 году) | Планы на участие в 2021 – 2022 годах (описать планы по участию в 2021 – 2022 годах) | Ссылка на официальный сайт/ социальные сети мероприятия |
| 1 | текст | текст | текст | | |
| 12 | Существуют ли памятки, музеи и другие достопримечательности, посвященные региональному бренду продукта питания? | | | | |
| <i>Да/нет</i> | | | | | |
| 12.1 | Дайте краткую справку о музее/памятнике или другой достопримечательности и прикрепите фото-, видеоматериалы | | | | |

| <i>Таблица.</i> <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 12 вопрос.</i> | | | |
|--|--|--------------------------------------|---|
| № п/п | Название музея/памятника | Место расположения (полный адрес) | Ссылка на официальный сайт/ социальные сети достопримечательности |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| <i>Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG</i> | | | |
| 13 | Ваши комментарии (что еще Вы считаете важным сообщить по вопросам исторической и культурной идентичности регионального бренда) | | |
| <i>Текст</i> | | | |

Раздел 4. Территориальная идентичность бренда

| | |
|---|---|
| 1 | <p><i>Для типа продуктов «сырьевые»</i></p> <p>Какие природно-климатические особенности (положение местности по широте относительно морей, океанов и климатических поясов; высота над уровнем моря; система циркуляции атмосферных потоков и другие характеристики) местности или территории региона влияют на характеристики (цвет, вкус, качество и др.) продукта регионального бренда продукта питания? Укажите ссылки на источники информации</p> <p><i>Текст</i></p> |
| 2 | <p><i>Для типов продуктов «гастрономические» и «кулинарные»</i></p> <p>Какие природно-климатические особенности (положение местности по широте относительно морей, океанов и климатических поясов; высота над уровнем моря; система циркуляции атмосферных потоков и другие характеристики) местности или территории региона повлияли на формирование рецепта, и (или) на создание продукта, и (или) на сырье для регионального бренда продукта питания. Укажите ссылки на источники информации</p> <p><i>Текст</i></p> |
| 3 | <p>Какие технологические, людские или иные особенности местности или территории региона влияют на особые характеристики сырья или самого продукта регионального бренда продукта питания? Укажите ссылки на источники информации (научные публикации, публикации в средствах массовой информации)</p> <p><i>Текст</i></p> |

Раздел 5. Характеристики продукта и бренда

| | |
|---|--|
| 1 | Опишите продукт регионального бренда продукта питания (цвет, вкус, запах, упаковка) <i>Текст</i> |
| 2 | Приложите профессиональную фотографию регионального бренда продукта питания, которая будет отображаться в каталоге на сайте вкусыроссии.рф <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 | Для типов продуктов «гастрономические» и «кулинарные» Опишите рецепт приготовления продукта питания, относящегося к региональному бренду продукта питания, его особенности и уникальные свойства, существенно влияющие на вкус. Укажите уникальные ингредиенты, используемые при изготовлении продукта питания. <i>Текст</i> |
| 5 | Укажите конкурентов регионального бренда продукта питания. В чем преимущества продукта питания регионального бренда перед конкурентами? Чем продукт питания регионального бренда отличается от продукта конкурентов? <i>Текст</i> |
| 6 | Опишите одним предложением основную характеристику регионального бренда продукта питания, которая определяет его сущность и рыночную нишу. Что из себя представляет продукт и чем он уникален? Как позиционируется продукт на рынке? <i>Текст</i> |
| 7 | Напишите слоган регионального бренда продукта питания. Это лаконичная, легко запоминающаяся фраза, которая ассоциируется с региональным брендом <i>Текст</i> |
| 8 | Опишите, какая ассоциация с продуктом возникает у потребителя. Какой образ о региональном бренде продукта питания существует в голове у потребителя? Как потребитель воспринимает ваш продукт? <i>Текст</i> |

Раздел 6. Поддержка регионального бренда продукта 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 продукта питания |
|---|---|

Таблица. Поле «№ п/п» генерируется автоматически

| № п/п | Тип поддержки | Год | Название проекта или мероприятия | Краткое описание | Достигнутые результаты |
|-------|---|-------|----------------------------------|------------------|------------------------|
| 1 | <p>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • продвижение регионального бренда продукта 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 продукта питания; • создание благоприятных условий для развития производства регионального бренда продукта питания, включая экономические, социальные и экологические аспекты, на всех этапах цикла производства и продвижения; • разработка и финансирование региональных программ по поддержке производства продукции с региональным брендом продукта питания; • иное | текст | текст | текст | текст |

2 Укажите запланированные на 2021–2025 годы программы, проекты, мероприятия по поддержке производства и продвижению регионального бренда продукта питания

Таблица. Поле «№ п/п» генерируется автоматически.

| № 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 продукта 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 продукта питания; • создание благоприятных условий для развития производства регионального бренда продукта 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 продукта питания; • иное. | текст | текст | текст | текст |
| 3 | <p>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 продукта питания со стороны органов государственной власти субъектов Российской Федерации за последние 3 года</p> | | | | |

Текст.

Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG

| 4 | <p>Приложите копии программ, положений о конкурсах, субсидиях, мерах поддержки и (или) другие документы, а также укажите ссылку на средства массовой информации и на официальные сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», подтверждающие поддержку регионального бренда продукта питания со стороны региональных органов власти на 2021 – 2025 годы</p> <p><i>Текст.</i></p> <p><i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i></p> | | | | | | | | |
|--------------|--|-------------------------------|--|-------------------------------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 5 | <p><i>Для номинации «Загляните на огонек»</i></p> <p>Дайте краткую характеристику реализованных инвестиционных проектов, влияющих на туристический потенциал регионального бренда</p> <p><i>Таблица</i></p> <table border="1" data-bbox="335 448 638 1948"> <thead> <tr> <th data-bbox="335 1792 462 1948">№ п/п</th> <th data-bbox="335 1456 462 1792">Целевое предназначение</th> <th data-bbox="335 896 462 1456">Объем привлеченных инвестиций</th> <th data-bbox="335 448 462 896">Влияние реализованных инвестиционных проектов на продвижение регионального бренда продукта питания</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="462 1792 638 1948"><i>текст</i></td> <td data-bbox="462 1456 638 1792"><i>текст</i></td> <td data-bbox="462 896 638 1456"><i>текст</i></td> <td data-bbox="462 448 638 896"><i>текст</i></td> </tr> </tbody> </table> | № п/п | Целевое предназначение | Объем привлеченных инвестиций | Влияние реализованных инвестиционных проектов на продвижение регионального бренда продукта питания | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| № п/п | Целевое предназначение | Объем привлеченных инвестиций | Влияние реализованных инвестиционных проектов на продвижение регионального бренда продукта питания | | | | | | |
| <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | | | | | |
| 6 | <p><i>Для номинации «Загляните на огонек»</i></p> <p>Опишите свои планы по привлечению инвестиций и реализации новых инвестиционных проектов, влияющих на развитие туристического потенциала регионального бренда продукта питания</p> <p><i>Текст</i></p> | | | | | | | | |

Раздел 7. Производители региональных брендов продукта питания

В данном разделе необходимо создать и заполнить отдельные карточки на каждого производителя регионального бренда продукта питания. После заполнения всех карточек производителей автоматически появится сводная таблица для оценки критериев по всем карточкам предприятий, представленная ниже

| | |
|--|--|
| Наличие данных о производителях регионального бренда продукта питания (наименования согласно сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, сайты и (или) аккаунты в социальных сетях) | Общий объем в регионе производства продукции регионального бренда продукта питания на 1 января 2021 г. |
| перечислить | цифра |

Подраздел «Кооперация между производителями»

| | | | | | | |
|---|--|----------------------------|---|---|---|-----------------------------------|
| 1 | Существует ли организованная группа производителей регионального бренда продукта питания или кооперативы, которые занимаются вопросами качества на стадиях производства, переработки или маркетинга продукции регионального бренда продукта питания? | | | | | |
| | <i>Да/нет</i> | | | | | |
| 1.1 | Укажите контактное лицо организованной группы производителей регионального бренда продукта питания или кооператива | | | | | |
| | <i>Таблица.</i> | | | | | |
| | <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос.</i> | | | | | |
| | № п/п <i>1</i> | Ф.И.О. <i>текст</i> | Должность <i>текст</i> | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="467 701 531 1171">Мобильный телефон <i>текст</i></td> <td data-bbox="467 450 531 701">Электронная почта <i>текст</i></td> </tr> </table> | Мобильный телефон <i>текст</i> | Электронная почта <i>текст</i> |
| Мобильный телефон <i>текст</i> | Электронная почта <i>текст</i> | | | | | |
| 1.2 | Перечислите всех производителей регионального бренда продукта питания, которые входят в организованную группу или кооператив | | | | | |
| | <i>Таблица.</i> | | | | | |
| | <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос.</i> | | | | | |
| | № п/п <i>1</i> | Наименование производителя | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="759 712 922 1193">Контакты производителя (мобильный телефон, электронная почта) <i>текст</i></td> </tr> </table> | | Контакты производителя (мобильный телефон, электронная почта) <i>текст</i> | |
| Контакты производителя (мобильный телефон, электронная почта) <i>текст</i> | | | | | | |
| 1.3 | 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> | | | | | |
| 1.4 | 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 продукта питания

| 1 | <p>Укажите тип производителя регионального бренда продукта питания</p> <p><i>Выбор 1 варианта из выпадающего списка:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>производитель</i> • <i>предприятие общественного питания</i> | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|--------------------------|--|-------------------|-------|---------------------|--------------------------|--|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2 | <p>Укажите официальное наименование производителя регионального бренда продукта питания согласно ЕГРЮЛЕГРИП с указанием ИНН/ОГРН (ОГРНИП)</p> <p><i>Таблица.</i></p> <p><i>Прикрепление выписки из ЕГРЮЛЕГРИП, подтверждающей наименование производителя и его ИНН/ОГРН (ОГРНИП).</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Полное наименование</th> <th>Сокращенное наименование</th> <th>ИНН/ОГРН (ОГРНИП)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> </tr> </tbody> </table> | | | | № п/п | Полное наименование | Сокращенное наименование | ИНН/ОГРН (ОГРНИП) | 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | |
| № п/п | Полное наименование | Сокращенное наименование | ИНН/ОГРН (ОГРНИП) | | | | | | | | | | | |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | | | | | | | | | | |
| 3 | <p>Укажите официальные контактные данные производителя</p> <p><i>Таблица</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Телефон</th> <th>Электронная почта</th> <th>Официальный сайт и (или) аккаунты в социальных сетях</th> <th>Адрес</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> </tr> </tbody> </table> | | | | № п/п | Телефон | Электронная почта | Официальный сайт и (или) аккаунты в социальных сетях | Адрес | 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| № п/п | Телефон | Электронная почта | Официальный сайт и (или) аккаунты в социальных сетях | Адрес | | | | | | | | | | |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | | | | | | | | | |
| 4 | <p>Укажите фактический адрес производства</p> <p><i>Текст</i></p> | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | <p>Укажите контактное лицо производителя</p> <p><i>Таблица</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Ф.И.О.</th> <th>Должность</th> <th>Мобильный телефон</th> <th>Электронная почта</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> </tr> </tbody> </table> | | | | № п/п | Ф.И.О. | Должность | Мобильный телефон | Электронная почта | 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| № п/п | Ф.И.О. | Должность | Мобильный телефон | Электронная почта | | | | | | | | | | |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | | | | | | | | | |
| 6 | <p>Укажите данные о своем производстве</p> | | | | | | | | | | | | | |

| Таблица | | | | | |
|---------|---|--|--|---|---|
| № п/п | Адрес производства | Мероприятия, форматы реализации продукта питания на производстве | Готовы ли принимать съемочные группы и журналистов на производственной площадке? | Общий объем производства регионального бренда продукта питания за 2020 год | Средние постоянные запасы регионального бренда продукта питания |
| 1 | Текст | Выпадающий список: <ul style="list-style-type: none"> • мастер-класс • экскурсия • ресторан • продажа • другое | Да/нет | Цифра Выпадающий список: <ul style="list-style-type: none"> • литры • литры • килограммы • иное | Цифра Выпадающий список: <ul style="list-style-type: none"> • литры • литры • килограммы • иное |
| 7 | Присутствует ли сезонность производства регионального бренда продукта питания? | | | | |
| | Да/нет | | | | |
| 7.1 | Укажите, в какое время года производится региональный бренд продукта питания | | | | |
| | Текст. Вопрос появляется только при ответе «да» на 7 вопрос. | | | | |
| 8 | Опишите ассортимент продукции, реализуемой региональным брендом продуктом питания | | | | |
| | Текст. Участника есть возможность добавлять новое поле столько раз, сколько продукта для реализации входит в состав регионального бренда | | | | |
| 9 | Укажите срок годности и условия хранения регионального бренда продукта питания с указанием единиц исчисления | | | | |
| Таблица | | | | | |
| № п/п | Наименование продукта | Срок годности продукции | Условия хранения продукции | | |
| 1 | Подтягивается автоматически из предыдущего ответа | Число Выпадающий список: <ul style="list-style-type: none"> • час • сутки • месяц • год | От Число °С До Число °С | | |

| 10 | Наличие склада продукции регионального бренда продукта питания в г. Москве <i>Да/нет</i> | | | | | | |
|-------|---|-------------------|-------|-------------------|---|--------------|--------------|
| 10.1 | Адрес склада продукции регионального бренда продукта питания в г. Москве <i>Текст.</i> <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 10 вопрос</i> | | | | | | |
| 11 | Опишите, какие этапы производства/приготовления регионального бренда продукта питания реализуются на территории вашего субъекта Российской Федерации или населенного пункта <i>Текст</i> | | | | | | |
| 12 | Приложите фото- и видеоматериалы упаковки и процесса производства/приготовления регионального бренда продукта питания <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указывается ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i> | | | | | | |
| 13 | Какие из перечисленных ниже требований соблюдаются при изготовлении продукции регионального бренда и (или) сырья? <i>Выбор из выдающегося списка:</i> <ul style="list-style-type: none"> • применение умеренно опасных и (или) малоопасных 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 | | | | | | |
| 14 | Укажите, с какого года вы внедрили данное требование к производству <i>Текст.</i> <i>Вопрос появляется после каждого выбранного варианта в вопросе 13</i> | | | | | | |
| 14.1 | Подтвердите данное внедрение документально <i>Прикрепите документ. Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG.</i> <i>Вопрос появляется после каждого выбранного варианта в вопросе 13</i> | | | | | | |
| 15 | Есть ли у вас собственные розничные точки продаж? <i>Да/нет</i> | | | | | | |
| 15.1 | Перечислите ваши собственные розничные точки продаж <i>Таблица.</i> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Адрес</th> <th>Название магазина</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td><i>текст</i></td> <td><i>текст</i></td> </tr> </tbody> </table> <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 15 вопрос.</i> | № п/п | Адрес | Название магазина | 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| № п/п | Адрес | Название магазина | | | | | |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | | | | | |

| | | | |
|-----------------|---|---------------------------------|--|
| 16 | Перечислите торговые сети (включая федеральные, региональные, местные), в которых представлен региональный бренд продукта питания | | |
| <i>Таблица.</i> | | | |
| № п/п | Название торговой сети | Название магазина | Адрес (в формате регион, город, улица) |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| 17 | Укажите ссылку на собственный онлайн-магазин, где представлен региональный бренд продукта питания | | |
| <i>Текст</i> | | | |
| 18 | Перечислите сторонние онлайн-магазины и (или) сервисы доставки продуктов питания, в которых представлен региональный бренд продукта питания | | |
| <i>Таблица</i> | | | |
| № п/п | Название площадки | Ссылка на продукцию на площадке | |
| 1 | <i>текст</i> | <i>текст</i> | |
| 19 | Экспортируете ли вы продукты питания, относящиеся к региональному бренду продукта питания? | | |
| <i>Да/нет.</i> | | | |
| 20 | Укажите ссылки на официальные социальные сети | | |
| <i>Таблица.</i> | | | |
| № п/п | Название социальной сети | Ссылка | |
| 1 | <i>Instagram (Instagram)</i> | <i>Текст</i> | |
| 2 | <i>VK (ВКонтакте)</i> | <i>Текст</i> | |
| 3 | <i>OK (Одноклассики)</i> | <i>Текст</i> | |
| 4 | <i>Facebook (Фейсбук)</i> | <i>Текст</i> | |
| 5 | <i>Другие (указать)</i> | <i>Текст</i> | |
| 21 | Готовы ли вы принимать участие в дополнительных мероприятиях в рамках конкурса? | | |

| <i>Таблица.</i> | | | |
|-----------------|--|--|---|
| № п/п | Готовы ли вы предоставлять бесплатную продукцию и (или) подарки для розыгрышей в официальных социальных сетях конкурса? | Готовы ли вы предоставлять бесплатную продукцию для съемок на телевидении? | Желаете ли вы принимать участие в фестивалях, выставках, ярмарках и т.д.? |
| 1 | <i>Да/нет</i> | <i>Да/нет</i> | <i>Да/нет</i> |
| 22 | Раскройте обратную связь потребителей от взаимодействия с брендом. Прикрепите скриншоты и (или) ссылки отзывов потребителей о бренде <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG.</i> <i>Есть возможность добавить комментарии</i> | | |
| 23 | Прикрепите логотип производителя регионального бренда продукта питания <i>Логотипы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i> | | |
| 24 | Приложите профессиональные фотографии регионального бренда продукта питания <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG</i> | | |

Раздел 8. Гастрономический туризм

| | | | | | | |
|---|---|------------------|---|-------|--|----------|
| 1 | Существуют ли у регионального бренда продукта питания собственные рестораны, кафе, точки проведения дегустаций на территории или рядом с территорией производства для привлечения внимания клиентов и повышения лояльности к региональному бренду продукта питания? <i>Да/нет</i> | | | | | |
| 2 | Входит ли региональный бренд продукта питания в меню предприятий общественного питания? <i>Да/нет</i> | | | | | |
| 3 | Перечислите собственные рестораны, кафе, точки проведения дегустаций на территории или рядом с территорией производства и (или) предприятия общественного питания, в меню которых представлен региональный бренд продукта питания <i>Таблица.</i> | | | | | |
| | № п/п | Название локации | Тип заведения | Адрес | Ссылка на сайт и (или) социальные сети | Контакты |
| | | | <i>выпадающий список</i> <input type="radio"/> рестораны <input type="radio"/> кафе | | | |

| | | | <ul style="list-style-type: none"> • точки проведения дегустации • другое | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----------------------|---|---|--|-------|--------------------|----------------------|--|---|---|--------------|---|--------------|--------------|
| Вопрос появляется при ответе «да» на 1 и (или) 2 вопроса. | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Кратко опишите концепцию локаций и результаты их работы <i>Таблица.</i> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">№ п/п</th> <th style="width: 30%;">Название локаций</th> <th style="width: 30%;">Концепция (описание)</th> <th style="width: 30%;">Среднее количество посетителей в месяц за 2019 – 2020 годы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td> <i>Выпадающий список</i> <ul style="list-style-type: none"> • до 10 • от 10 до 99 • от 99 до 200 • от 200 до 300 • более 300 </td> </tr> </tbody> </table> | | | | | № п/п | Название локаций | Концепция (описание) | Среднее количество посетителей в месяц за 2019 – 2020 годы | | | | <i>Выпадающий список</i> <ul style="list-style-type: none"> • до 10 • от 10 до 99 • от 99 до 200 • от 200 до 300 • более 300 | | |
| № п/п | Название локаций | Концепция (описание) | Среднее количество посетителей в месяц за 2019 – 2020 годы | | | | | | | | | | | | |
| | | | <i>Выпадающий список</i> <ul style="list-style-type: none"> • до 10 • от 10 до 99 • от 99 до 200 • от 200 до 300 • более 300 | | | | | | | | | | | | |
| Вопрос появляется при ответе «да» на 1 и (или) 2 вопроса | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Приложите фото- и видеоматериалы точек продаж/дегустаций/экскурсий на производство и (или) фото- и видеоматериалы предприятий общественного питания, в меню которых представлен региональный бренд продукта питания <i>Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указывается ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Существует ли производство сопутствующей и рекламной продукции, в том числе сувениров, аксессуаров, предметов быта и др.? <i>Да/нет</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.1 | Перечислите примеры произведенной сопутствующей и рекламной продукции, в том числе сувениров, аксессуаров, предметов быта и др. <i>Таблица.</i> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">№ п/п</th> <th style="width: 20%;">Название продукции</th> <th style="width: 20%;">Тип продукции</th> <th style="width: 20%;">Описание продукции</th> <th style="width: 30%;">Укажите, где можно приобрести данную продукцию: социальные сети, сайт в сети «Интернет» или точка продаж с полным адресом</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td><i>Текст</i></td> <td><i>Текст</i></td> <td><i>Текст</i></td> <td><i>Текст</i></td> </tr> </tbody> </table> | | | | | № п/п | Название продукции | Тип продукции | Описание продукции | Укажите, где можно приобрести данную продукцию: социальные сети, сайт в сети «Интернет» или точка продаж с полным адресом | 1 | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> |
| № п/п | Название продукции | Тип продукции | Описание продукции | Укажите, где можно приобрести данную продукцию: социальные сети, сайт в сети «Интернет» или точка продаж с полным адресом | | | | | | | | | | | |
| 1 | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> | <i>Текст</i> | | | | | | | | | | | |

| 6.2 | Приложите фото- и видеоматериалы произведенной сопутствующей и рекламной продукции, в том числе сувениров, аксессуаров, предметов быта и др. Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате PDF, JPG, указываются ссылка на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|----------|---------------------------------------|---|--|--|--|--|---|-------|-------|-------|---|-------|-------|--|--|--|
| 7 | Существуют ли у регионального бренда продукта питания договоренности с туристическими фирмами и индивидуальными гидами по включению продукции регионального бренда продукта питания в программу туристических маршрутов в виде дегустаций, экскурсий и прямых продаж туристам? Да/нет | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.1 | Укажите перечень туристических фирм и индивидуальных гидов Таблица. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Название туристической фирмы/имя гида</th> <th>Контакты</th> <th>Название экскурсии</th> <th>Продолжительность экскурсии</th> <th>Ссылка на туристическую фирму/гида/экскурсию</th> <th>Количество туристов за период с 2019 года по II квартал 2021 года, посетивших данную программу</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>текст</td> <td>текст</td> <td>текст</td> <td>Выпадающий список: • несколько часов • одни сутки • от 2 до 3 суток • более 3 суток</td> <td>текст</td> <td>текст</td> </tr> </tbody> </table> | № п/п | Название туристической фирмы/имя гида | Контакты | Название экскурсии | Продолжительность экскурсии | Ссылка на туристическую фирму/гида/экскурсию | Количество туристов за период с 2019 года по II квартал 2021 года, посетивших данную программу | 1 | текст | текст | текст | Выпадающий список: • несколько часов • одни сутки • от 2 до 3 суток • более 3 суток | текст | текст | <p>Вопрос появляется только при ответе «да» на 7 вопрос</p> <p>8 Прикрепите фото- и видеоматериалы, характеризующие гастрономический туризм, связанный с региональным брендом продукта питания Текст. Также есть возможность прикрепить файлы на портале в формате PDF, JPG, указать ссылку на информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | | |
| № п/п | Название туристической фирмы/имя гида | Контакты | Название экскурсии | Продолжительность экскурсии | Ссылка на туристическую фирму/гида/экскурсию | Количество туристов за период с 2019 года по II квартал 2021 года, посетивших данную программу | | | | | | | | | | | | |
| 1 | текст | текст | текст | Выпадающий список: • несколько часов • одни сутки • от 2 до 3 суток • более 3 суток | текст | текст | | | | | | | | | | | | |

Раздел 9. Экспорт

| | | |
|-----|---|--|
| 1 | Экспортируете ли вы продукцию регионального бренда продукта питания Да/нет | |
| 1.1 | Укажите наименования стран экспорта продукции регионального бренда продукта питания и объем поставленных продуктов за последние 3 года отдельно для каждого производителя | |

| <i>Таблица.</i> | | | | | |
|---|--|-----|-----------------|---|---|
| № п/п | Наименование производителя | Год | Название страны | Объем экспорта продукции | Доля экспорта в общей выручке производителя |
| | | | | <i>цифра</i> <i>Выдающийся список:</i> • <i>штуки</i> • <i>литры</i> • <i>килограммы</i> • <i>иное</i> | |
| <i>Вопрос появляется только при ответе «да» на 1 вопрос</i> | | | | | |
| 1.2 | Приложите документы, подтверждающие экспорт продукции регионального бренда продукта питания. Информация указывается отдельно по каждому производителю | | | | |
| | <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 продукта питания. Информация указывается отдельно по каждому производителю | | | | |
| | <i>Текст</i> | | | | |
| 3 | Укажите ссылки на сайты регионального бренда продукта 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). Информация указывается отдельно по каждому производителю | | | | |
| | <i>Текст</i> | | | | |
| 4 | Укажите ссылки на положительные публикации в международных средствах массовой информации, посвященные региональному бренду продукта питания. Информация указывается отдельно по каждому производителю | | | | |
| | <i>Текст</i> | | | | |

Раздел 10. Популяризация регионального бренда

| | |
|---|---|
| 1 | Укажите проекты, реализованные в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и социальных сетях, направленные на популяризацию регионального бренда |
|---|---|

| <i>Таблица</i> | | | |
|----------------|---|--|---|
| № п/п | Формат | Описание влияния данного проекта на популяризацию регионального бренда | Ссылка на сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |
| 1 | <i>Выбор из выдающего списка</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ролик;</i> • <i>фотография;</i> • <i>публикации в социальных сетях;</i> • <i>другое.</i> | <i>текст</i> | <i>текст</i> |
| 2 | Предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продукта питания | | |
| <i>Текст</i> | | | |

Раздел 11. Предложения по развитию и продвижению

Развернуто опишите предложения региона по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 годы, учитывая следующие моменты

| | |
|---|---|
| 1 | Предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продукта питания |
| 2 | Предложения по включению регионального бренда в стратегию социально-экономического развития региона (как развитие регионального бренда может повлиять на экономическую ситуацию в регионе, использование регионального бренда для привлечения инвестиций в регион) |
| 3 | Предложения по развитию экспорта регионального бренда продукта питания |
| 4 | Предложения по созданию брендового маршрута² с точками на производстве региональных брендов продукта питания, и (или) в музее регионального бренда, и (или) на фестивале, др. |
| 5 | Укажите предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продукта питания |

² Брендový маршрут – туристический маршрут, отличительными характеристиками которого являются: посещение объектов показа, питания, досуга, передающих колорит регионального бренда продукта питания, узнаваемость, круглогодичность/сезонность, регулярность, целостность, а также наличие необходимой инфраструктуры.

Раздел 12. Дополнительные материалы

| | |
|---|---|
| 1 | Фотографии Файлы прикрепляются заявителем в личном кабинете в формате <i>JPG, PDF</i> |
| 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» |



ТРЕБОВАНИЯ

к заявке на участие в Национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»

1. Для участия в 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-телекоммуникационной сети «Интернет» по форме, приведенной в приложении № 1 к Положению о порядке проведения в 2021 году Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее соответственно – Заявка, официальный сайт Конкурса, сеть «Интернет», Положение). Заявка должна содержать следующую информацию:

1) о региональном бренде продукта питания:

номинация, на которую подается Заявка;

название регионального бренда продукта питания;

история регионального бренда продукта 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.;

характеристика бренда продукта питания, а именно: суть бренда, слоган бренда, образ бренда, лояльность к бренду;

описание территориальной идентичности бренда, а именно: географические, природные, климатические, технологические, человеческие характеристики местности или территории, влияющие на характеристики сырья или самого продукта питания, реализуемого под региональным брендом продукта питания;

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

проекты, реализованные или планируемые в целях популяризации регионального бренда продукта питания в социальных сетях и в сети «Интернет»;

для номинации «Вкус без границ»: опыт экспорта продуктов питания, реализуемых под региональным брендом продукта питания, в зарубежные страны с указанием перечня стран, объема поставленных продуктов питания на экспорт;

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

2) о производителях регионального бренда продукта питания и продуктах питания, реализуемых под региональным брендом продукта питания:

информация о производителях регионального бренда продукта питания, включая полное и сокращенное наименование (при наличии), идентификационный номер налогоплательщика, основной государственный регистрационный номер и основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя (при наличии), контактные данные;

информация о продукте питания, его вкусовых характеристиках;

информация о представленности регионального бренда в различных сегментах сферы потребительского рынка и услуг;

информация об экологичности производства, а именно: сведения о производстве продукта питания, реализуемого под региональным брендом продукта 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;

для номинации «Вкус из глубинки» производство всех производителей регионального бренда продукта питания должно находиться в населенном пункте с численностью населения до 3 000 человек (на 1 января 2021 г.);

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

предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продукта питания, продвижению и популяризации регионального бренда продукта питания, запланированные органами власти субъекта Российской Федерации региональные программы, органами местного самоуправления муниципальные программы, а также проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продуктов питания, реализуемых под региональным брендом продукта питания;

предложения по включению регионального бренда в общую стратегию социально-экономического развития региона происхождения регионального бренда продукта питания;

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

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

для номинации «Загляните на огонек»: предложения по созданию брендового маршрута с туристическими точками (производство региональных брендов продукта питания, музей регионального бренда, места общественного питания с включенными в меню региональными брендами продукта питания, фестивали и др.).

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

3. Заявка направляется оператору в форме электронных документов посредством заполнения соответствующих электронных форм, размещенных на официальном сайте Конкурса. 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 предоставить письмо, подписанное уполномоченным должностным лицом, о намерениях выполнить необходимые мероприятия по продвижению и рекламе Конкурса, установленные Положением и приложением № 5 к нему, 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. Предоставляемые документы и информация должны быть достоверными, не противоречащими друг другу. Участник Конкурса самостоятельно несет ответственность за возможные негативные последствия предоставления недостоверных сведений.



К Р И Т Е Р И И

экспертной оценки заявок на участие в Национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России»

Основные критерии экспертной оценки заявок на участие в Национальном конкурсе региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» (далее – Конкурс) (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 произведениях 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 продукта питания;

наличие музеев, памятников и других достопримечательностей, посвященных региональному бренду продукта питания.

2. Характеристики бренда, а именно:

суть бренда – основная характеристика, которая определяет его сущность, рыночное предназначение;

сообщение или слоган бренда – эмоциональное выражение сути

бренда;

образ бренда – эмоциональные ассоциации с брендом, восприятие бренда целевой аудиторией потребителей, сформировавшееся с течением времени;

лояльность к бренду – отношение и опыт, получаемый от взаимодействия потребителей с брендом (например, отзывы потребителей).

3. 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.

4. Характеристики продукта питания, а именно:

описание продукта питания;

изображение продукта питания;

уникальность характеристик и вкусовых свойств продукта питания, входящего в категорию сырьевые;

уникальные ингредиенты, использующиеся в изготовлении продукта питания (кроме продуктов питания, входящих в категорию сырьевые);

наличие устойчивого рецепта продукта питания (за исключением продуктов питания, входящих в категорию сырьевые).

5. 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 продукта питания за последние 3 года;

запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению

и (или) развитию регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 годы;

для номинации «Загляните на огонек» – инвестиционный климат региона: реализованные инвестиционные проекты и (или) планы по привлечению инвестиций и реализации новых инвестиционных проектов, влияющих на развитие туристического потенциала регионального бренда продукта питания.

6. Производители регионального бренда продукта питания, а именно: наличие данных о производителях регионального бренда продукта питания (название, сайт);

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

представленность регионального бренда в различных сегментах сферы потребительского рынка и услуг;

для номинации «Вкус без границ» – опыт экспорта регионального бренда продукта питания в зарубежные страны за последние 3 года (указание перечня стран, объема поставленных на экспорт продуктов питания);

для номинации «Вкус из глубинки» – производство всех производителей регионального бренда продукта питания должно находиться на территории с численностью населения до 3 000 человек

(по данным Росстата на 1 января 2021 г.);

для номинации «Загляните на огонек» – наличие проектов в сфере гастрономического туризма (собственные рестораны, точки проведения дегустаций, мастер-классов) и (или) производства, ориентированного на посещение туристами, и (или) наличие музеев, памятников, туров, посвященных региональному бренду.

7. Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 годы (в формате эссе на заданную тему или развернутого ответа):

предложения по увеличению объемов производства регионального бренда продукта питания;

предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продукта питания;

предложения по включению мероприятий по продвижению регионального бренда в стратегию социально-экономического развития региона;

для номинации «Вкус без границ» – предложения по развитию экспорта регионального бренда продукта питания;

для номинации «Загляните на огонек» – предложения по созданию брендового маршрута с точками на производстве региональных брендов продуктов питания и (или) в музее регионального бренда, и (или) на фестивале и др.;

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

8. Популяризация регионального бренда:

реализованные проекты с использованием регионального бренда продукта питания гражданами Российской Федерации в социальных сетях и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ролики, публикации в СМИ и др.) и (или) планы реализации таких проектов;

для номинации «Загляните на огонек» – наличие производства сопутствующей и рекламной продукции, в том числе сувениров, аксессуаров, предметов быта и др.;

для номинации «Вкус без границ» – наличие положительных публикаций в международных СМИ, посвященных региональному бренду.



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

1. Настоящие Методические рекомендации разработаны в целях содействия экспертам 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 2021 году 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 соответственно – официальный сайт Конкурса, сеть «Интернет»).

3. Заявка, допущенная до экспертной оценки, оценивается не менее чем двумя экспертами Конкурса (далее – эксперт).

Распределение заявок экспертам осуществляется в информационной системе, используемой оператором Конкурса (далее – оператор).

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

лично, прямо или косвенно заинтересован в результатах рассмотрения соответствующей заявки. В указанном случае эксперт уведомляет о конфликте интересов оператора посредством использования функции отказа от рассмотрения заявки на официальном сайте Конкурса.

5. Эксперт в период проведения Конкурса и в течение трех лет с момента подведения его итогов не вправе обсуждать заявки с третьими лицами, а также с органами государственной власти и (или) организациями, которые предоставили 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, 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 2021 году Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России». В случае выявления экспертом несоответствия заявки установленным требованиям, обнаружения признаков недостоверности предоставленной в составе заявки информации, подложных документов эксперт обязан незамедлительно уведомить об этом оператора.

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

8. Эксперт оценивает заявку по восьми 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 с 5 по 8 для номинаций «Загляните на огонек» и «Вкус без границ» эксперту необходимо оценить их по дополнительным подкритериям, которые не учитываются при оценке заявок по другим номинациям.

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

9. Заключение эксперта формируется в электронной форме из оценок, комментариев и выводов эксперта 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

| № п/п | Критерии оценки заявок | Диапазон баллов |
|-------|---|---|
| 1. | История бренда | 0 – 11 |
| 2. | Характеристики бренда | 0 – 5 |
| 3. | Территориальная идентичность бренда | 0 – 6 |
| 4. | Характеристика продукта | 0 – 4 |
| 5. | Поддержка региона | 0 – 6 0 – 8 (при оценке заявок по номинации «Загляните на огонек») |
| 6. | Производители | 0 – 9 0 – 12 (при оценке заявок по номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек») |
| 7. | Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 годы | 0 – 4 0 – 8 (при оценке заявок по номинации «Вкус без границ») 0 – 6 (при оценке заявок по номинации «Загляните |

| | | |
|----|----------------------|--|
| | | на огонек») |
| 8. | Популяризация бренда | 0 – 4 0 – 5 (при оценке заявок по номинациям «Загляните на огонек» и «Вкус без границ») |

11. Содержание критериев оценки:

Таблица 2

| № п/п | Критерии оценки заявок | Диапазон баллов | Принципы оценки |
|-------|------------------------|-----------------|--|
| 1. | История бренда | 0 – 11 | <p>История появления</p> <p><i>2 балла</i> История описана в виде 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 или не описана.</p> <p>Исторические изображения</p> <p><i>1 балл</i> Представлено изображение продукта питания, относящегося к региональному бренду продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Представлено одно изображение, отсутствует подпись, или изображения не представлены.</p> <p>Упоминания бренда в документах, газетах, журналах и т.д.</p> <p><i>1 балл</i> Представлены упоминания бренда в</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>документах, журналах и газетах, иных средствах массовой информации (далее – СМИ). Прикреплены подтверждающие документы, в том числе в виде скан-копий.</p> <p><i>0 баллов</i> Не приведены упоминания в документах, журналах, газетах и иных СМИ.</p> <p>Упоминание в произведениях литературного и (или) изобразительного искусства</p> <p><i>1 балл</i> Имеется упоминание в произведениях, которое подтверждено выдержками из произведения, и (или) выписками, и (или) скан-копиями, фотографиями с упоминанием регионального бренда продукта 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: сказках и сказаниях, народных пословицах и поговорках</p> <p><i>1 балл</i> Имеется упоминание в фольклорном произведении, и (или) оно подтверждено выдержками из произведения, выписками и (или) скан-копиями или фотографиями.</p> <p><i>0 баллов</i> Нет упоминания в фольклоре, или</p> |
|--|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>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 ссылка на источник.</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, или такие изображения нечитаемы.</p> <p>Культурно-массовые мероприятия, посвященные региональному бренду продукта 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 с количеством участников менее 500 человек.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствие мероприятий.</p> <p>Музеи, памятники или другие</p> |
|--|--|--|

| | | | |
|----|-----------------------|-------|--|
| | | | <p>достопримечательности, посвященные региональному бренду продукта питания</p> <p><i>1 балл</i> Наличие музеев, памятников или других достопримечательностей на территории региона, посвященных региональному бренду продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствие музеев, памятников или других достопримечательностей, посвященных региональному бренду продукта питания.</p> |
| 2. | Характеристики бренда | 0 – 5 | <p>Суть бренда</p> <p><i>1 балл</i> Наличие характеристики бренда, определяющей его сущность и рыночное предназначение. Сущность бренда соответствует информационному полю.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует характеристика бренда.</p> <p>Слоган бренда</p> <p><i>1 балл</i> Приведен слоган бренда, который полностью раскрывает эмоциональное выражение сути бренда.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует слоган бренда.</p> <p>Образ бренда</p> <p><i>1 балл</i> Описаны эмоциональные ассоциации, возникающие у потребителей во время взаимодействия с брендом, сформированные с течением времени.</p> |

| | | | |
|----|-------------------------------------|-------|---|
| | | | <p><i>0 баллов</i> Отсутствует описание эмоциональных ассоциаций, возникающих у потребителей во время взаимодействия с брендом, сформированных с течением времени.</p> <p>Лояльность к бренду</p> <p><i>2 балла</i> Приведено более 15 примеров приверженности потребителей к данному бренду в виде скриншотов с положительными отзывами о продукте.</p> <p><i>1 балл</i> Приведено от 1 до 15 примеров приверженности потребителей к данному бренду в виде скриншотов с положительными отзывами о продукте.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствуют примеры приверженности потребителей, или их нельзя назвать релевантными.</p> |
| 3. | Территориальная идентичность бренда | 0 – 6 | <p>Природно-климатические особенности местности или территории региона, влияющие на характеристики продукта регионального бренда продукта питания (оценивается только для типа продуктов «сырьевые»)</p> <p><i>3 балла</i> Подробно описаны природно-климатические характеристики местности или территории региона со ссылками на источники и научные публикации, имеется описание их влияния на особые характеристики продукта регионального бренда. Из приведенных фактов можно сделать однозначный вывод о наличии взаимосвязи.</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p><i>2 балла</i> Подробно описаны природно-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> Природно-климатические характеристики местности или территории региона описаны общими словами, связь особых характеристик продукта с территорией неочевидна.</p> <p><i>0 баллов</i> Природно-климатические характеристики местности не описаны.</p> <p>Природно-климатические особенности местности или территории региона повлияли на формирование рецепта, и (или) на создание продукта, и (или) на сырье для регионального бренда продукта питания (оценивается только для типов продуктов «гастрономические» и «кулинарные»)</p> <p><i>3 балла</i> Подробно описаны природно-климатические характеристики местности или территории региона со ссылками на источники и научные публикации, имеется описание их влияния на формирование рецепта, и (или) на создание продукта, и (или) на сырье для регионального бренда. Из приведенных фактов можно сделать однозначный вывод о наличии взаимосвязи.</p> |
|--|--|--|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p><i>2 балла</i> Подробно описаны природно-климатические характеристики местности или территории региона без ссылок на достоверные источники и научные публикации, и общими словами описано их влияние на формирование рецепта, и (или) на создание продукта, и (или) на сырье для регионального бренда. Из приведенных фактов можно сделать вывод о наличии взаимосвязи.</p> <p><i>1 балл</i> Природно-климатические характеристики местности или территории региона описаны общими словами, связь между формированием рецепта, и (или) созданием продукта, и (или) особыми характеристиками сырья для регионального бренда и территорией неочевидна.</p> <p><i>0 баллов</i> Природно-климатические характеристики местности не описаны.</p> <p>Технологические характеристики, людские факторы местности или территории региона, 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 факторы местности или территории региона не описаны.</p> |
| 4. | Характеристика продукта | 0 – 4 | <p>Описание продукта</p> <p><i>1 балл</i> Описание продукта приведено детально: цвет, вкус, запах, упаковка.</p> <p><i>0 баллов</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 достоверно визуализировать продукт.</p> <p><i>0 баллов</i> Не прикреплено изображение продукта, 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. Для типов продуктов «кулинарные» и «гастрономические» описан рецепт, указаны уникальные ингредиенты, используемые при изготовлении продукта питания.</p> <p><i>1 балл</i> Имеется детальное описание особых характеристик продукта и его вкусовых свойств.</p> <p><i>0 баллов</i> Особые характеристики и вкусовые свойства описаны общими словами, либо отсутствует такое описание.</p> |
| 5. | Поддержка региона | 0 – 6 0 – 8 (при оценке заявок по номинации «Загляни на огонек») | <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 последние 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</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>на нормативные правовые акты, публикации в сети «Интернет» и СМИ. Имеется описание результатов влияния указанных программ на производство, продвижение и развитие регионального бренда продукта питания.</p> <p><i>2 балла</i> Подробно описаны реализованные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства и продвижению продукции, информация ничем не подтверждена. Результаты влияния указанных программ на производство, продвижение и развитие регионального бренда продукта питания описаны общими словами.</p> <p><i>1 балл</i> 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 продукта питания в регионе велась.</p> <p><i>0 баллов</i> Нет реализованных программ в регионе по поддержке регионального бренда продукта 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</p> |
|--|--|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>бренда на период 2021 – 2025 годов</p> <p><i>3 балла</i> Подробно описаны запланированные региональные и муниципальные программы, проекты и другие мероприятия по поддержке производства, продвижению продукции и развитию регионального бренда продукта питания, информация подтверждена скан-копиями официальных документов, ссылками на нормативные правовые акты и публикации в сети «Интернет» 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 продукта 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 продукта 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 продукции, развитию регионального бренда продукта питания.</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | | <p><u>Оценивается только по номинации «Загляните на огонек»</u></p> <p>Привлеченные органами государственной власти субъекта Российской Федерации и органами местного самоуправления инвестиции</p> <p><i>2 балла</i> Подробно описаны реализованные инвестиционные проекты, объем привлеченных инвестиций. Четко раскрыта взаимосвязь между реализацией инвестиционного проекта и развитием регионального бренда.</p> <p><i>1 балл</i> Подробно описаны реализованные инвестиционные проекты, однако не прослеживается взаимосвязь между привлеченными инвестициями и развитием регионального бренда продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Реализованные инвестиционные проекты не описаны.</p> |
| 6. | Производители регионального бренда продукта питания | 0 – 9 0 – 12 (при оценке заявок по номинациям «Вкус без границ» и «Загляните на огонек») | <p>Наличие данных о производителях регионального бренда продукта питания</p> <p><i>2 балла</i> По производителям регионального бренда продукта питания, указанным в заявке, приведены полные наименования согласно сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП (при наличии), а также ссылки на сайты и (или) аккаунты в социальных сетях, контактные данные.</p> <p><i>1 балл</i> По производителям регионального бренда продукта питания, указанным в заявке, не везде приведены полные</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>наименования предприятий согласно сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП (при наличии), а также не везде указаны ссылки на сайты и (или) аккаунты в социальных сетях, контактные данные производителей регионального бренда продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Не указаны производители регионального бренда продукта 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 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 и предприятиям общественного питания, 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 или предприятий общественного питания.</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p><i>2 балла</i> Представлена детальная информация по всем производителям и предприятиям общественного питания, 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 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) малоопасных 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;</p> |
|--|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>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) малоопасных 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>Представленность регионального бренда в различных сегментах сферы потребительских услуг</p> <p><i>2 балла</i> <i>Для типов продуктов «сырьевые» и «гастрономические»:</i> Предоставлена детальная информация о собственных точках продаж, о представленности регионального бренда в торговых сетях, о наличии регионального бренда в онлайн-магазинах и (или) сервисах доставки. <i>Для типа продуктов «кулинарные»:</i> представлена полная информация о предприятиях общественного питания, в которых представлен региональный бренд.</p> <p><i>1 балл</i> <i>Для типов продуктов «сырьевые» и «гастрономические»:</i> Приведена неполная информация о собственных</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>точках продаж, о представленности регионального бренда в торговых сетях, о наличии регионального бренда в онлайн-магазинах и (или) сервисах доставки.</p> <p><i>Для типа продуктов «кулинарные»:</i> представлена часть информации о предприятиях общественного питания, в которых представлен региональный бренд.</p> <p><i>0 баллов</i></p> <p><i>Для типов продуктов «сырьевые» и «гастрономические»:</i> отсутствует информация о представленности регионального бренда в торговых сетях, о наличии регионального бренда в онлайн-магазинах и (или) сервисах доставки.</p> <p><i>Для типа продуктов «кулинарные»:</i> отсутствует информация о предприятиях общественного питания, в которых представлен региональный бренд</p> <p><u>Оценивается только по 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></p> <p>Указан перечень стран (не менее 2), в которые экспортируются продукты питания, относящиеся к региональному бренду продукта питания, объем поставленных на экспорт продуктов питания имеет положительную динамику за 3 года, информация документально подтверждена.</p> <p><i>2 балла</i></p> <p>Указан перечень стран (не менее 2), в которые экспортируются продукты</p> |
|--|--|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>питания, относящиеся к региональному бренду продукта питания, объем поставленных на экспорт продуктов питания не имеет положительной динамики за 3 года, но информация документально подтверждена.</p> <p><i>1 балл</i> Указана 1 страна, в которую экспортируются продукты питания, относящиеся к региональному бренду продукта питания, объем поставленных на экспорт продуктов питания не имеет отрицательной динамики за 3 года, либо указано более 1 страны, но объем поставляемых на экспорт продуктов питания имеет отрицательную динамику за 3 года, либо информация подтверждена документально не в полном объеме.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствует опыт экспорта продуктов питания, относящихся к региональному бренду продукта питания, или указанная информация по перечню стран и объему поставляемой продукции не подтверждена документально.</p> <p><u>Оценивается только по номинации «Загляните на огонек»</u> Наличие проектов в сфере гастрономического туризма (собственные рестораны, точки проведения дегустаций, мастер-классов) и (или) производства, ориентированного на посещение туристами, и (или) наличие музеев, памятников, туров, посвященных региональному бренду</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | | <p><i>3 балла</i> Наличие 3 и более проектов (объектов) в сфере гастрономического туризма, подтвержденное фотографиями, концепциями, ссылками на их работу в сети «Интернет» 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 сети «Интернет» и социальных сетях.</p> <p><i>1 балл</i> Наличие 1 проекта (объекта) в сфере гастрономического туризма, приведено описание общими словами, документальных подтверждений его существования и реализации не представлено.</p> <p><i>0 баллов</i> Отсутствуют проекты (объекты) в сфере гастрономического туризма.</p> |
| 7. | Предложения по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 годы | <p>0 – 4 0 – 8 (при оценке заявок по номинации «Вкус без границ») 0 – 6 (при оценке заявок по номинации «Загляните на огонек»)</p> | <p>Подготовлены предложения (эссе на заданную тему, развернутый ответ) по развитию и продвижению регионального бренда продукта питания на 2021 – 2025 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 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 продукта питания (планы по наращиванию мощностей и ресурсной базы).</p> <p>2. Предложения по включению регионального бренда в стратегию социально-экономического развития региона (как развитие регионального бренда может повлиять на экономическую ситуацию в регионе, использование регионального бренда для привлечения инвестиций в регион).</p> <p><u>Оценивается только по номинации «Загляните на огонек»</u></p> <p>1. Предложения по развитию туристической инфраструктуры, относящейся к региональному бренду продукта питания (планы по участию в сторонних культурно-массовых мероприятиях, планы по открытию собственных 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-</p> |
|--|--|--|---|

| | | | |
|----|------------------------------------|--|---|
| | | | <p>массовых мероприятий, договоренностей с туристическими фирмами и индивидуальными гидами, по включению продукции регионального бренда продукта питания в программу туристических маршрутов в виде дегустаций и прямых продаж туристам, планированию специальной упаковки для туристических целей и т.д.</p> <p>2. Предложения по созданию брендового маршрута с туристическими точками (производство региональных брендов продуктов питания, музей регионального бренда, фестиваль и др.).</p> <p><u>Оценивается только по номинации «Вкус без границ»</u></p> <p>Предложения по развитию экспорта регионального бренда продукта питания (планирование специальной упаковки для экспорта, планы по участию продукта регионального бренда в международных выставках, конференциях и форумах, договоренности с зарубежными партнерами о сотрудничестве в будущем и т.д.).</p> |
| 8. | Популяризация регионального бренда | 0 – 4 0 – 5 (для номинаций «Загляните на огонек» и «Вкус без границ») | <p>Предложения по продвижению и популяризации регионального бренда продукта питания <i>2 балла</i></p> <p>Подробно описаны предложения по продвижению и популяризации регионального бренда. Описаны планируемые каналы сбыта, планы по выходу в торговые сети, фирменные магазины, планы по участию в выставках, конференциях, форумах, фестивалях и т.д. Представлен план</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>по продвижению регионального бренда в сети «Интернет» и социальных сетях с участием лидеров мнений.</p> <p><i>1 балл</i> План по продвижению и популяризации регионального бренда продукта питания описан в общих чертах, не указан четкий план действий и реализации проектов.</p> <p><i>0 баллов</i> План по продвижению и популяризации регионального бренда не указан.</p> <p>Укажите проекты, реализованные в сети «Интернет» и социальных сетях, направленные на популяризацию регионального бренда</p> <p><i>2 балла</i> Приведены примеры использования регионального бренда в роликах, фотографиях, социальных сетях и др. Описаны их значимость и влияние на узнаваемость бренда.</p> <p><i>1 балл</i> Приведены примеры использования регионального бренда в роликах, фотографиях, социальных сетях и др. Не ясна взаимосвязь между примерами и популяризацией регионального бренда.</p> <p><i>0 баллов</i> Не приведено ни одного примера использования регионального бренда в роликах, на фотографиях, в социальных сетях и др.</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p><u>Оценивается только по номинации «Загляните на огонек»</u> Производство сопутствующей и рекламной продукции, в том числе сувениров, аксессуаров, предметов быта и др.</p> <p><i>1 балл</i> Приведен перечень сопутствующей и рекламной продукции, связанной с региональным брендом продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Не приведено ни одного примера производства продукции, связанной с региональным брендом продукта питания.</p> <p><u>Оценивается только для номинации «Вкус без границ»</u> Положительные публикации в международных СМИ, посвященные региональному бренду продукта питания.</p> <p><i>1 балл</i> Приведен перечень положительных публикаций в международных СМИ, посвященных региональному бренду продукта питания.</p> <p><i>0 баллов</i> Не приведено ни одной положительной публикации в международных СМИ, или приведенные примеры не являются релевантными.</p> |
|--|--|--|---|



РЕКОМЕНДАЦИИ
органам управления агропромышленным комплексом субъектов
Российской Федерации по вовлечению местной аудитории
в поддержку производителей региональных брендов продуктов
питания в рамках народного голосования

1. В рамках проведения 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 и иллюстраций.

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

2.1. СМИ и информационные порталы:

онлайн-СМИ, информационные порталы, официальные сайты региона – не менее 30 публикаций;

ТВ-сюжеты – не менее 2 телевизионных сюжетов;

радиоматериалы – не менее 2 сюжетов, выпущенных на радио.

Рекомендуемые инструменты реализации:

1) рассылка пресс-релизов и официальных информационных

сообщений, направляемых организатором;

2) организация дискуссий, обсуждений, специальных проектов с местными радиостанциями, лидерами мнений, популярными ресурсами 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 предусматривающее интеграцию 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;

освещение своих региональных брендов, участвующих в различных номинациях, обозначая и делая акцент в материалах на особенностях

бренда, с учетом специфики номинации и соответствия бренда номинации, в которой он представлен.

2.2. Социальные сети:

Публикация информации:

на всех официальных страницах региона – не менее 10 публикаций;

на всех официальных страницах производителей региональных брендов.

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

2) копии публикаций официальных информационных сообщений и ключевых нативных материалов в группах, аккаунтах 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:

онлайн-СМИ, информационные порталы, официальные сайты региона – не менее 50 публикаций;

ТВ-сюжеты – не менее 4 телевизионных сюжетов;

радиоматериалы – не менее 2 сюжетов, выпущенных на радио.

Рекомендуемые инструменты реализации:

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

2) организация дискуссий, обсуждений, специальных проектов с местными радиостанциями, лидерами мнений, популярными информационными ресурсами 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;

освещение своих региональных брендов, участвующих в различных номинациях, обозначая и делая акцент в материалах на особенностях бренда, с учетом специфики номинации и соответствия бренда номинации, в которой он представлен.

3.2. Социальные сети:

Публикация информации:

на всех официальных страницах региона – не менее 10 публикаций;

на всех официальных страницах производителей региональных брендов;

привлечение к анонсированию народного голосования публичных личностей – не менее 3 лидеров мнений.

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, в том числе с использованием таргетированной рекламы);

2) размещение на официальных страницах и в аккаунтах органов государственной власти субъектов Российской Федерации в социальных сетях копий публикаций информационных сообщений официальных

страниц и аккаунтов Конкурса и ключевых нативных материалов, выпущенных региональными СМИ;

3) нативная интеграция в аккаунтах лидеров мнений 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:

размещение рекламных баннеров на различных носителях – не менее 5 носителей;

организация раздачи рекламных листовок в местах массового скопления аудитории;

размещение информации на информационных досках региональных администраций, у подъездов жилых домов, в транспорте, в социальных учреждениях – не менее 20 площадок размещения.

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;

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 (перекрестное промосотрудничество):

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.

