

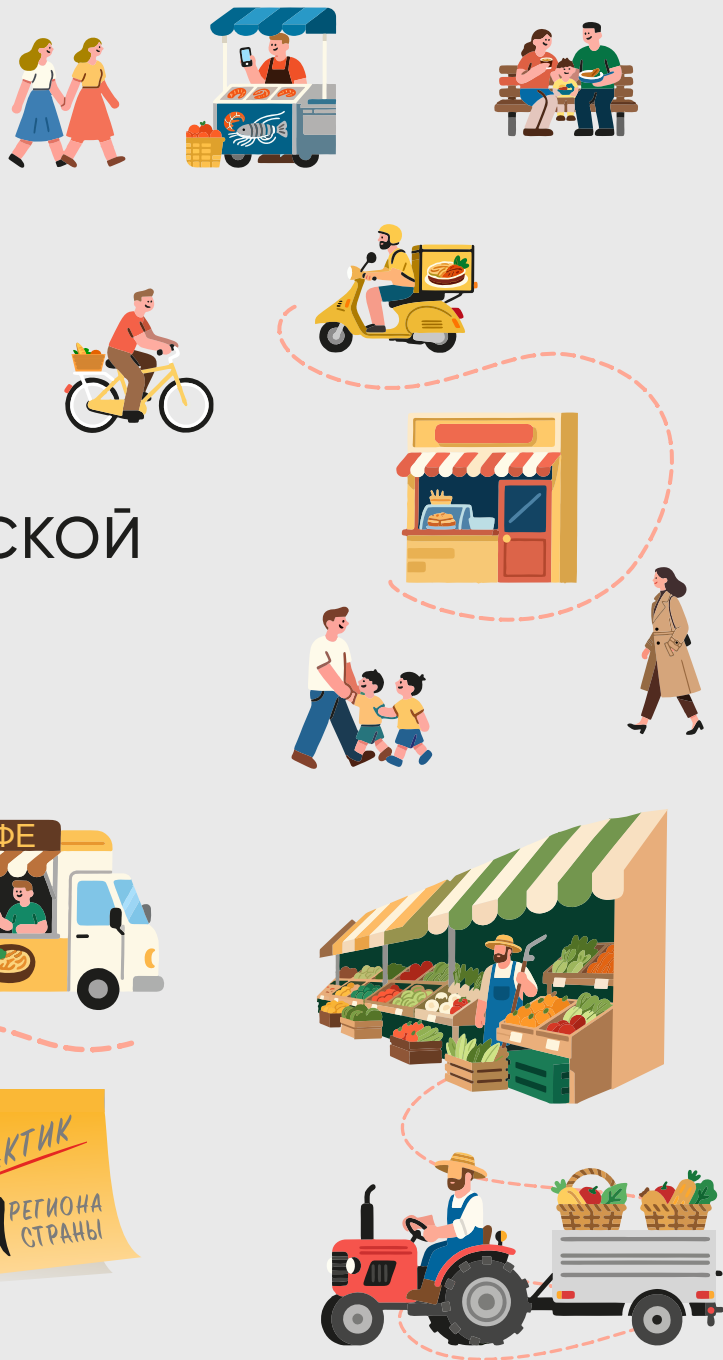


АГЕНТСТВО  
СТРАТЕГИЧЕСКИХ  
ИНИЦИАТИВ

# ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНОВ РОССИИ

2025

80  
ПРАКТИК  
из  
31 РЕГИОНА  
СТРАНЫ



прЕДУ  
по России



# Приветствие



Светлана  
Чупшева,

генеральный  
директор  
Агентства  
стратегических  
инициатив

*Гастрономическая индустрия — это не просто отрасль экономики. Это важный способ развития регионов, укрепления их идентичности и повышения качества жизни людей. В гастрономии соединяются культура и традиции, труд производителей и предпринимателей, интересы туристов, образовательные подходы и возможности для молодежи. Мы видим, как регионы, которые развивают локальные продукты, гастротуризм и современную инфраструктуру, получают новые точки роста, формируют рабочие места, привлекают инвестиции и становятся привлекательнее для жизни и путешествий.*

*Каталог лучших практик позволяет увидеть это развитие в действии — через реальные проекты, инициативы и управленческие решения, которые уже доказали свою результативность. Он создает пространство для обмена опытом и помогает регионам опираться друг на друга, ускоряя свое движение вперед. Важно, что в основе всех этих решений — уважение к местной культуре, желание сохранить и передать традиции и стремление сделать жизнь людей лучше. Гастрономия обладает огромным потенциалом, и наша задача — раскрыть его так, чтобы каждый регион смог найти свой уникальный путь.*

# Содержание

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Модель развития гастрономической индустрии в регионах России | 4   |
| Пилотные регионы программы «ПроЕДУ по России!»               | 12  |
| Продуктовое предложение                                      | 14  |
| Ценовое предложение                                          | 52  |
| Региональная политика                                        | 76  |
| Продвижение и маркетинг                                      | 100 |
| Кадровое обеспечение                                         | 130 |
| Экосистема и сообщество                                      | 154 |
| Управление процессом                                         | 178 |
| Региональные товарные знаки (НМТП И ГУ)                      | 202 |

# Авторы

## Агентство стратегических инициатив

**Ольга Захарова,**  
заместитель генерального  
директора — директор  
Дивизиона «Городская  
экономика» Агентства  
стратегических инициатив

**Ольга Шандуренко,**  
директор проектов  
дивизиона «Городская  
экономика» Агентства  
стратегических инициатив

**Екатерина Суменкова,**  
руководитель проекта  
дивизиона «Городская  
экономика» Агентства  
стратегических инициатив

## Эксперты

**Марина Миронова,**  
гастрономический  
журналист, исследователь,  
бренд-маркетолог  
региональной кухни

**Дарья Островская,**  
генеральный директор  
Выставочного научно-  
исследовательского центра  
(ВНИЦ) R&C, главный  
редактор журнала  
CongressTime и портала  
EventLIVE

**Юлия Ошарина,**  
маркетолог Выставочного  
научно-исследовательского  
центра (ВНИЦ) R&C

**Елена Четыркина,**  
руководитель департамента  
маркетинга Выставочного  
научно-исследовательского  
центра (ВНИЦ) R&C

**Алексей Чуваев,**  
заместитель генерального  
директора Выставочного  
научно-исследовательского  
центра (ВНИЦ) R&C

## Дизайн и верстка

**Константин Збаровский,**  
выпускающий редактор

**Татьяна Миронова,**  
корректор

**Константин Роткевич,**  
дизайнер-иллюстратор

# Модель развития гастрономической индустрии в регионах России



## Термины и определения

**Гастрономическая индустрия** — индустрия питания, включающая в себя сельское хозяйство, производство, переработку и доставку конечному потребителю продуктов питания и напитков, специализированные образовательные учреждения, а также культурные институты, формирующие образ гастрономии и содействующие сохранению гастрономических традиций.

**Гастрономический туризм** — вид туризма, для которого характерно взаимодействие туриста с культурой региона через гастрономические активности для получения кулинарных впечатлений.

**Модель развития гастрономической индустрии региона** — система показателей взаимодействия качества жизни населения, гастроиндустрии, гастротуризма, а также потребителей как замкнутого цикла, обеспечивающего устойчивое развитие региона.

**Уровень Модели развития гастрономической индустрии в регионе** — это внутренне структурированный элемент Модели, характеризующий определенный этап формирования устойчивых связей между производителями гастрономической продукции, инфраструктурой обслуживания и потребителем, которые, взаимодействуя между собой, определяют уровень благосостояния населения региона и его привлекательность для внутренних и внешних туристов и инвесторов.

**Направление развития региона** — специализация региона в рамках Модели, характеризуемая группой взаимосвязанных показателей.

## Лучшие практики

Каждый российский регион обладает уникальными особенностями, отражающими местную культуру, образ жизни и традиционные ценности. Эти элементы формируют своеобразный культурный код территории, играющий важную роль в формировании региональной самобытности и привлекательности. Выявление и развитие местных особенностей является необходимым условием улучшения качества жизни населения, что способствует росту экономики, развитию туризма в регионе в целом.

Гастрономическая идентичность региона зависит от его экономических и климатических условий, экологии, уровня развития сельского хозяйства, религии и культуры народов, населяющих местные территории. Для успешного развития гастроиндустрии важно обеспечить качество услуг, подлинность предложений и устойчивое развитие, чтобы минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и культуру.

Агентство стратегических инициатив (АСИ) видит значительный потенциал в развитии гастроиндустрии российских регионов, фокусируясь на важности сохранения, популяризации и продвижения гастрономических традиций народов России. Любые модели и проекты, которые реализует АСИ, направлены в первую очередь на решение региональных вопросов и содействие руководству субъектов Российской Федерации в достижении национальных целей и приоритетов через усиление локальных компетенций.

Каталог лучших практик и решений в сфере гастрономической индустрии подготовлен в рамках этой работы и служит инструментом обмена опытом между регионами. В каталоге представлены эффективные проекты, инициативы и организационные модели, которые доказали свою результативность и могут быть адаптированы и масштабированы в других субъектах Российской Федерации.

Он демонстрирует разнообразие подходов к развитию гастрономии — от поддержки локальных производителей и формирования гастротуристических маршрутов до развития событийной активности, инфраструктуры, маркетинга и сервисных стандартов.

Каталог является практическим дополнением к Модели развития гастрономической индустрии. Если Модель задает стратегические направления и показатели развития отрасли, то каталог раскрывает ее прикладную часть, показывая реальные примеры успешной реализации этих направлений в регионах. Представленные решения позволяют использовать лучшие практики для формирования собственных инициатив и тиражирования эффективных подходов.

Каталог составлен на основе Модели развития гастрономической индустрии, согласно которой сформирована и логика отбора практик.

Создание Модели развития гастрономической индустрии направлено на поддержку и развитие регионов России, обеспечивая интеграцию гастрономических традиций с современными трендами и технологиями, стимулирование внутреннего и международного туристических потоков, создание новых рабочих мест и укрепление позитивного имиджа территорий, обогащенных местной гастрономической историей.

Реализация Модели требует комплексного подхода и тесного взаимодействия всех заинтересованных сторон, вовлеченных в процесс развития региональной гастрономической индустрии. Эффективность внедрения указанной Модели обусловлена согласованной деятельностью ключевых субъектов, включая региональные органы исполнительной власти, профессиональные объединения и ассоциации, хозяйствующие субъекты отрасли, а также образовательные учреждения, обеспечивающие подготовку квалифицированных кадров и проведение научных исследований.

Предлагаемая Модель разработана на основании анализа успешного опыта российских регионов и международного передового опыта в области формирования и развития гастрономической индустрии.

При разработке Модели применялись различные исследовательские методики, включая проведение глубинных экспертных интервью, онлайн-анкетирование отраслевых специалистов, а также изучение особенностей гастрономического рынка. При сборе данных для проведения оценки эффективности реализации Модели использовался принцип региональной самодиагностики. Данный подход предполагает предоставление необходимой информации непосредственно исполнительными органами субъектов федерации, использующими свои официальные документы.



### Цель Модели

**Модель развития** — это система показателей, характеризующих количественные и качественные изменения в гастрономической индустрии регионов.

***Цель Модели** — формирование объективной, понятной и измеримой системы метрик, позволяющей на регулярной основе проводить всестороннюю диагностику и анализ гастроиндустрии, а также использовать полученные данные для разработки управленческих решений и планирования ее развития.*

Модель должна стать ориентиром для составления региональной стратегии и дорожной карты в данном направлении.

### Задачи Модели

- Создать систему диагностики и аудита для регионов, направленную на:
  - ▷ продвижение локальных производителей;
  - ▷ сохранение, актуализацию и продвижение национальных и гастрономических особенностей народов России;
  - ▷ повышение качества сервиса и услуг в сфере гастрономии;
  - ▷ оценку взаимодействия участников индустрии и его влияния на общую эффективность для региона, создание новых возможностей коллабораций и объединений.
- Повысить компетенции региональных междисциплинарных команд по формированию и развитию гастроиндустрии региона через образовательные и акселерационные программы.
- Определить и задать направление для развития кадрового потенциала регионов и новых социально-экономических связей.



- Сформировать универсальный инструмент для мониторинга развития гастрономической индустрии в регионах.
- Выявить лучшие практики регионов в сфере гастроиндустрии, в том числе для включения в российские и международные рейтинги с целью повышения туристической привлекательности, привлечения инвестиций и улучшения имиджа регионов на общероссийском и международном уровнях.

### Модель и национальные проекты

- Модель направлена на помощь в решении региональных вопросов и содействие руководству субъектов Российской Федерации в достижении национальных целей и приоритетов через усиление локальных компетенций. Проект развития национальной гастроиндустрии АСИ позволит усилить позиции регионов по реализации шести национальных проектов.
- Проект АСИ по развитию гастроиндустрии будет способствовать развитию российских регионов и достижению восьми показателей эффективности губернаторов.

### Описание Модели

Модель включает три уровня и семь направлений развития, а также 178 показателей.

### Уровни Модели

- 1-й уровень. Среда и качество жизни:** базовый уровень, характеризующий усилия региональных команд по достижению национальных целей в части улучшения качества жизни граждан и повышения благополучия российских семей, в том числе через качество продуктов питания, их безопасность и доступность.
- 2-й уровень. Гастрономическая индустрия:** уровень, характеризующий усилия региональных команд по развитию производства продуктов питания и напитков, предприятий общественного питания и сервисных услуг в регионе.
- 3-й уровень. Гастрономический туризм:** уровень, характеризующий усилия региональных команд по развитию туризма, ориентированного на изучение гастрономических традиций и культуры питания в регионе.

**Связь трех уровней Модели** становится замкнутым циклом взаимного влияния и поддержки, обеспечивающим устойчивое развитие региона.

### Направления развития региона в рамках Модели

В рамках каждого из трех уровней Модели рассматриваются семь направлений развития региона:

- **продуктовое предложение** — местные продукты и их производители, ресторанная культура, предложения гастротуров и экскурсий, фермерские рынки, специализированные магазины; состоит из двух разделов — производство и потребление;
- **ценовое предложение** — стоимость продукции для потребителей и расходы на ее создание;
- **региональная политика** — активность региональных властей; состоит из трех разделов — развитие региона, поддержка и развитие предпринимательства, уровень удовлетворенности региональной политикой;
- **продвижение и маркетинг** — рекламные кампании, медиапродвижение, специализированные цифровые ресурсы;
- **кадровое обеспечение** — образование, профессиональные конкурсы, известные лица и лидеры мнений отрасли;
- **экосистема и сообщество** — инфраструктура рынка, производители, рестораторы, фермеры, отраслевые сообщества;
- **управление процессом** — стандартизация, сертификация, устойчивое развитие, исследования и применение цифровых технологий, все дополнительные активности, связанные с обеспечением процесса развития.

### Показатели развития региона

178 показателей Модели делятся на три группы в зависимости от механизма их сбора и инструмента диагностики:

- **показатели национальных рейтингов** качества жизни и инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации, используемые в Модели. Рассчитываются АСИ при подготовке национальных рейтингов качества жизни и инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации и учитывают оценку местных жителей и представителей бизнеса. В Модели используются 67 показателей национальных рейтингов качества жизни и инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации;
- **показатели, вошедшие в чек-листы.** Предоставляются региональными органами исполнительной власти в качестве самодиагностики;
- **статистические показатели.** Формируются на основе данных официальной государственной статистики.

В рамках каждого направления выделяются базовые показатели, которые оценивают обязательные стартовые условия для развития региона по уровням Модели, и прогрессивные показатели, которые отражают дальнейшее качественное развитие регионов в рамках уровней и направлений.

Для оценки результата применения Модели формируются внерејтинговые показатели через опрос жителей в регионе. В дальнейшем эти показатели могут войти в Национальный рейтинг качества жизни.

### Система оценки внедрения Модели

По итогам сбора информации и ее анализа производится оценка регионов и рассчитывается интегральный индекс, на основе которого регионам присваивается одна из трех категорий квалификации.

Категории квалификации характеризуют развитие гастрономической индустрии в регионе:

- **базовый уровень;**
- **продвинутый уровень;**
- **лидер.**

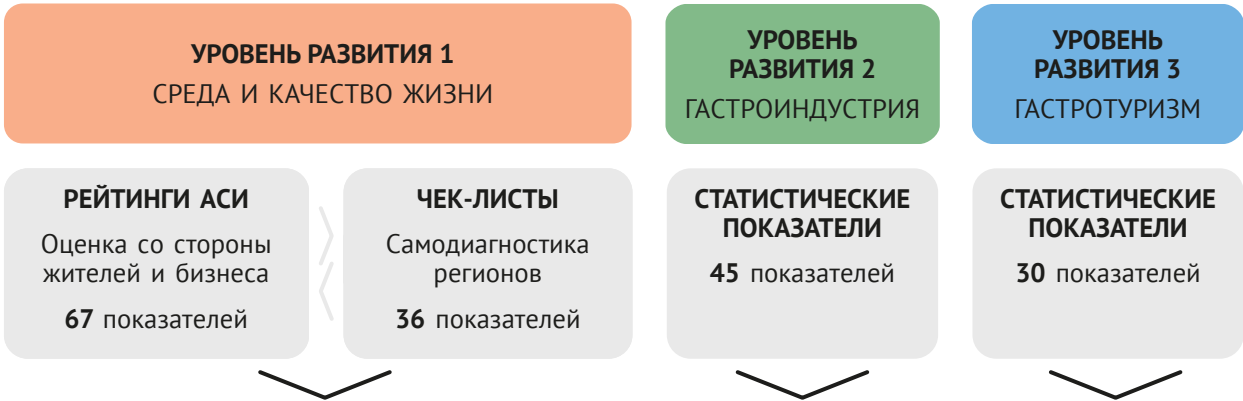
Достигнув лидерского уровня, регион может получить статус эксперта или наставника в случае, если готов делиться опытом, тиражировать свои лучшие практики и участвовать в развитии гастроиндустрии в других регионах.

Модель позволяет региону развиваться как в рамках отдельных категорий квалификации (развитие по уровням Модели), так и в направлении повышения своей квалификации внутри отдельных уровней.

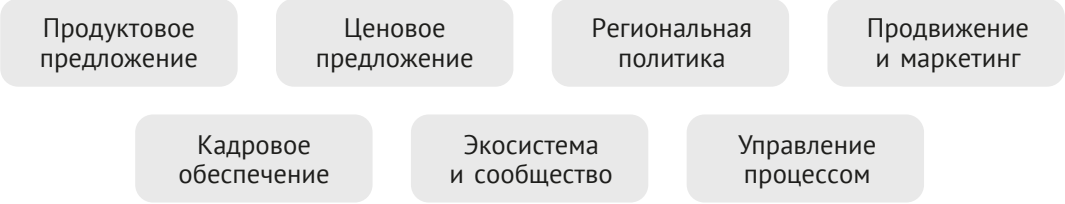


Модель развития гастроиндустрии в регионах России

УРОВНИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ



КАТЕГОРИИ КВАЛИФИКАЦИИ РЕГИОНОВ

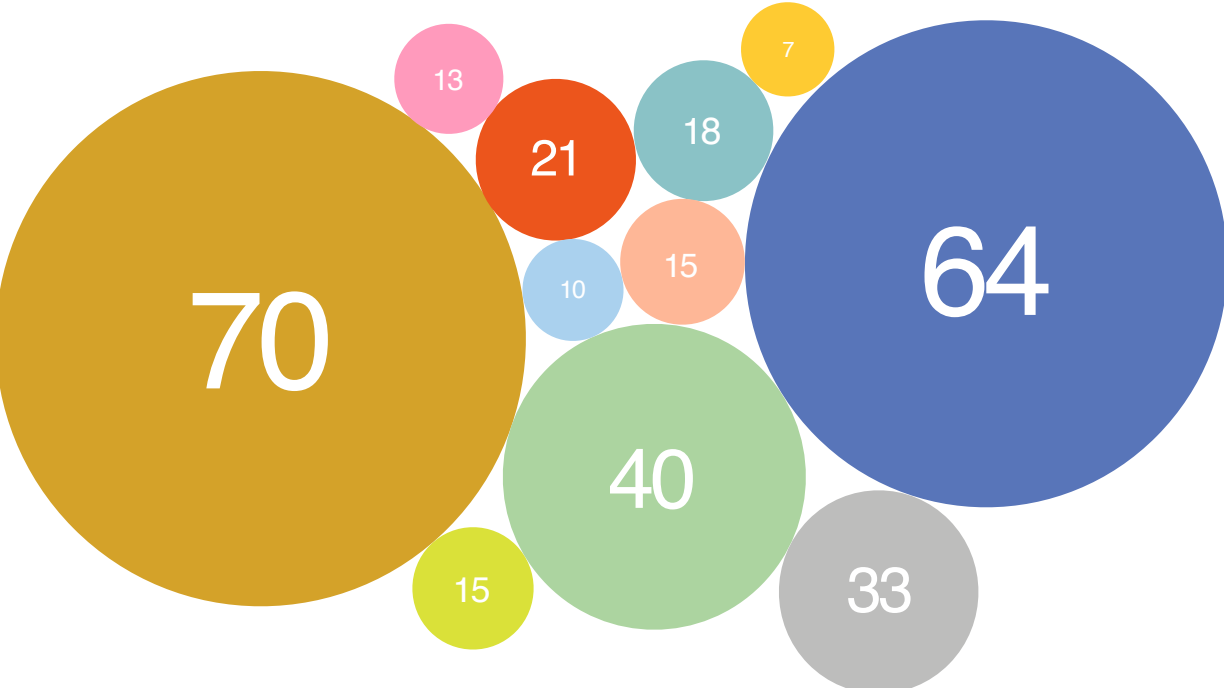


КАТЕГОРИИ КВАЛИФИКАЦИИ РЕГИОНОВ



Регион может получить статус эксперта или наставника в случае, если готов делиться опытом, тиражировать свои лучшие практики и участвовать в развитии гастроиндустрии в других регионах.

ПОКАЗАТЕЛИ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОИНДУСТРИИ, РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ ПО ПРОФИЛЮ ОТВЕТСТВЕННЫХ РОИВ



- промышленная политика
- развитие сельского хозяйства
- развитие туризма
- потребительский рынок
- развитие МСП
- экономическая политика
- образование
- внешнеэкономическая деятельность
- социально-культурная сфера
- развитие транспортной инфраструктуры
- комитеты по труду и занятости
- энергетика
- охрана окружающей среды
- региональные органы Росреестра
- водоснабжение и водоотведение
- региональные органы Роспатента
- связи с общественностью
- жилищно-коммунальное хозяйство
- социальная политика
- строительство
- региональные органы ФАС
- региональные органы ФНС
- региональные органы Роспотребнадзора
- региональные органы Россельхознадзора
- региональные органы Росприроднадзора
- региональные органы Федеральной инспекции труда
- правоохранительные органы региона
- инновации и технологическое развитие в промышленности и сельском хозяйстве
- молодежная политика
- информационные технологии

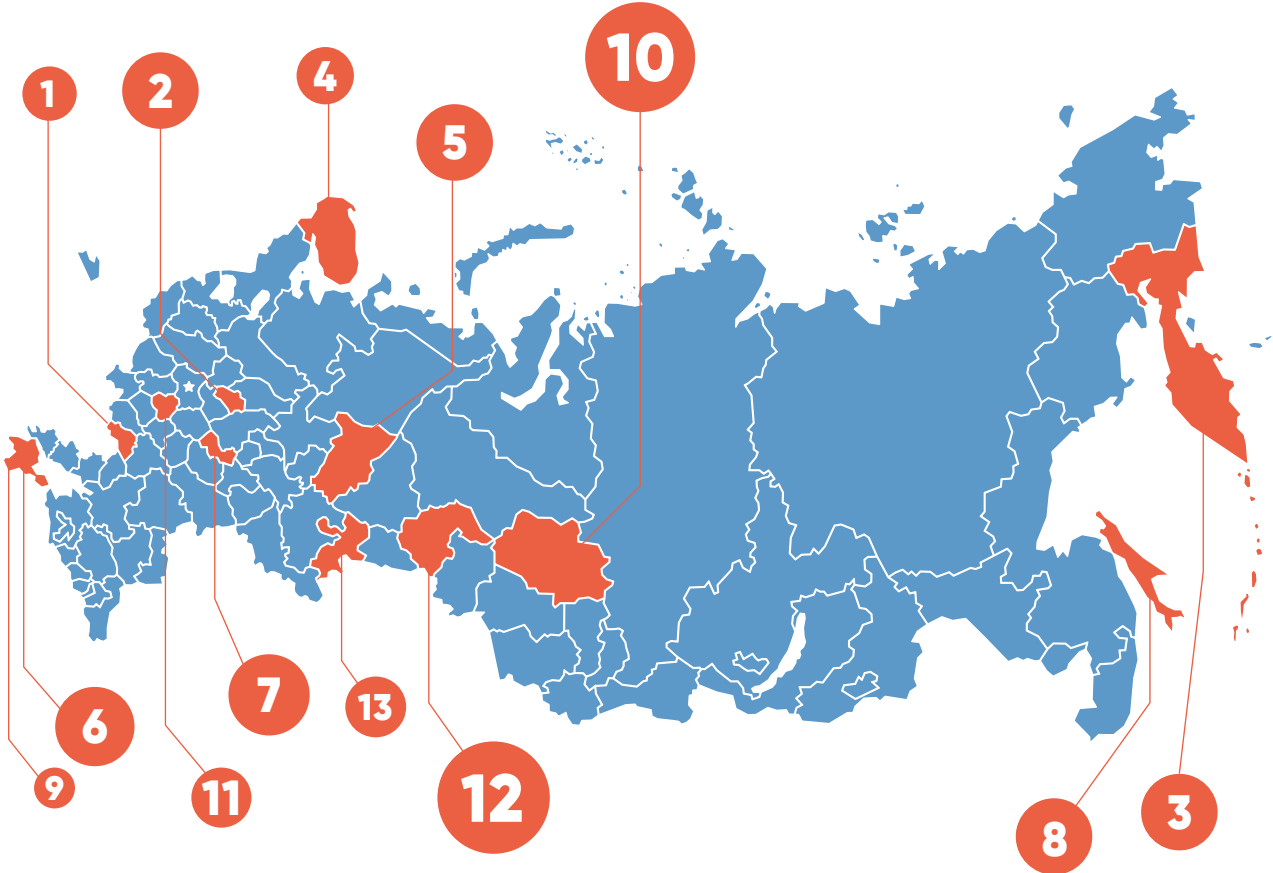
# Пилотные регионы программы «ПроЕДУ по России!»

В рамках программы Агентства стратегических инициатив «ПроЕДУ по России!» в 2025 году был проведен первый этап диагностики гастроиндустрии на основе гастрономических паспортов регионов. В этом этапе приняли участие 69 субъектов Российской Федерации, что позволило получить масштабное и репрезентативное представление о состоянии гастроиндустрии в стране, уровне межведомственного взаимодействия, вовлеченности бизнеса и наличии управленческих задач на региональном уровне.

Регионы, включенные в пилотный контур, стали первыми участниками системной работы по развитию гастроиндустрии в рамках программы «ПроЕДУ по России!». Их включение было основано на готовности региональных команд к комплексной и последовательной работе, корректности и полноте представленных данных, наличии сформулированных целей развития гастроиндустрии, а также стремлении обеспечить участие регионов из различных федеральных округов для работы в разных социально-экономических и культурных контекстах.

Работа с пилотными регионами выстраивается в индивидуальном формате. Для каждого субъекта Российской Федерации формируется персональный план развития, включающий аналитическую и экспертную поддержку, сопровождение при формировании продуктового и туристического предложения, развитие образовательных форматов для профессионального сообщества, а также методическую и информационную поддержку. Такой подход позволяет учитывать различия регионов по масштабу, структуре экономики, ресурсной базе и культурному контексту.

Опыт регионов, работающих в пилотном формате, используется для методологических материалов программы. На основе их практик, управленческих решений и реализуемых проектов формируются рекомендации, которые могут быть применены другими субъектами Российской Федерации с опорой на локальные ресурсы и региональную идентичность.



- 1. Белгородская область
- 2. Ивановская область
- 3. Камчатский край
- 4. Мурманская область
- 5. Пермский край

- 6. Республика Крым
- 7. Республика Мордовия
- 8. Сахалинская область
- 9. Севастополь
- 10. Томская область

- 11. Тульская область
- 12. Тюменская область
- 13. Челябинская область



# Продуктовое предложение

Раздел «Продуктовое предложение» охватывает количественные характеристики продуктового сектора региона, включая пищевое производство, общественное питание, рестораны, фермерские хозяйства, винодельческие предприятия и услуги кейтеринга. Российская кухня представляет собой уникальное наследие многонационального народа нашей страны. Региональная кухня отражает уникальность, самобытность, идентичность различных территорий. В настоящее время региональная кухня приобрела статус значимой туристической достопримечательности в регионах.



Продуктовое предложение

Регион  
Ивановская область

Автор проекта  
Объединенная  
гастрономическая  
команда Ивановской  
области

Начало реализации  
2025 год

# Реестр блюд Ивановской области



**Вызов**

Необходимость выявить и собрать разрозненные гастрономические традиции муниципалитетов, систематизировать локальные рецепты и продукты, чтобы сформировать основу для гастрономической идентичности региона и использовать ее для развития туризма и территориального бренда.

## Ценность проекта

- Сформирован подход к выявлению гастрономической идентичности региона.
- Создана команда региона, объединившая профессиональное сообщество, исследователей и управленцев для совместной работы над развитием гастрономического потенциала территории.

## Описание

Реестр блюд Ивановской области – это системная работа по выявлению, сбору и документированию гастрономического наследия региона. Проект объединяет историков, краеведов, муниципальных команды и жителей, позволяя искать рецепты в архивах, локальных сообществах и семейных традициях. Задача реестра – не просто перечислить блюда, а собрать в единую структуру то, что формирует вкус территории и отражает ее историю.

Собранные рецепты, технологические карты и описания контекстов превращают гастрономию в инструмент изучения региона: через еду можно рассказать о быте, ремеслах, природе и укладе жизни разных частей области. Такой подход позволяет увидеть глубину локальной кухни и сформировать базу для развития гастрономической идентичности, а в дальнейшем – для создания маршрутов, событий, ресторанных концепций и туристических продуктов.

Проект стал важным шагом к осознанию собственного культурного кода: муниципалитеты получают возможность показать свои особенности, жители – почувствовать сопричастность, а регион – построить дальнейшее развитие гастрономии на исследованных и достоверных материалах.



# Обрядовое печенье «Козуля»



- **Вызов**
- Отсутствие узнаваемых гастрономических символов региона, которые могли бы раскрывать культурный код
- Терского берега, укреплять региональную идентичность и формировать устойчивый интерес туристов к местному наследию.

## Ценность проекта

- Включение локального традиционного блюда в реестр объектов нематериального культурного наследия.
- Запуск новых гастрономических сувениров на основе традиций региона.
- Продвижение региона через создание уникального опыта для гостей и возможность познакомиться с гастрокультурой региона на мастер-классах и мероприятиях.

## Описание

Обаятельные фигурки животных из соленого ржаного теста — оленей, коров, барашков и других — поморы Терского берега Белого моря начали лепить много веков назад. Обычай выпекать козули накануне Рождества и одаривать ими колядующих детей существовал вплоть до середины XX века. Часть приготовленных козуль съедали, часть оставляли до конца года как обереги. Также козули готовили к важным праздникам вроде новоселья, свадьбы, рождения ребенка.

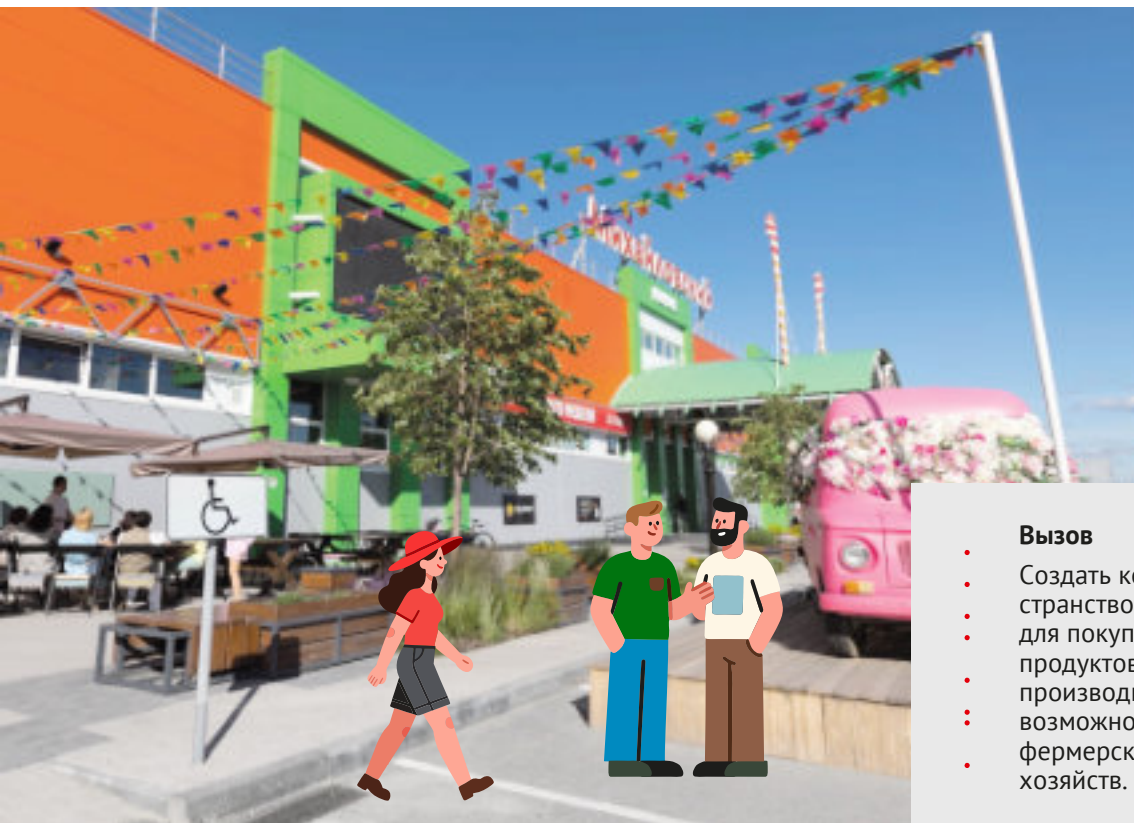
Благодаря исследовательским экспедициям, проведенным в советское и современное время, память о традиции, технология и рецептура были сохранены. Эти записи стали основой работы по возрождению обычая, но уже в формате гастрономического сувенира для туристов, интерактивного варианта подачи блюда в ресторанах (гость выбирает фигурку-оберег из набора разных символических животных).

Местные жители и отчасти сами туристы активно участвуют в создании символизма вокруг фигурок, наделяя каждую магическими свойствами: приносить богатство, удачу, здоровье и прочее. В связи с растущим спросом на оригинальную выпечку и сувениры, появляются курсы по лепке козуль, мастер-классы в районных домах культуры, проводятся уроки и лекции в школах. Проявляется интерес к этой традиции, а также к культуре терских поморов у жителей области.

Козуля, сделанная из ржаного теста с добавлением воды и соли, обладает долгим сроком хранения, отлично переносит транспортировку. Все это делает ее идеальным гастрономическим сувениром, который можно привезти с собой домой. А историческая и символическая нагрузка превращает ее в тему и предмет для разговора, то есть в инструмент сарафанного маркетинга и продвижения региона за его пределами.



# Рынок «Михайловский»



## Вызов

- Создать комфортное пространство в черте города для покупки качественных продуктов от местных производителей, расширить возможности сбыта для фермерских и крестьянских хозяйств.

## Ценность проекта

- *Создание условий для предложения жителям широкого ассортимента продуктов питания от локальных производителей.*
- *Введение формата «Ярмарка» для уличной торговли фермеров и ремесленников, благодаря которому жители города имеют доступ к свежей сельскохозяйственной продукции, изделиям народных художественных промыслов и продукции ремесленничества без завышенных цен.*

## Описание

Главный городской рынок «Михайловский» — пример успешного сочетания традиционных и современных подходов в гастрономической индустрии, что обеспечивает проекту устойчивость и конкурентоспособность. Рынок в Тюмени не уступает позиции крупным торговым центрам, как это происходит во многих городах сегодня. Здесь фермерский рынок — пространство местной культуры и точка притяжения для жителей большого города.

Просторное двухэтажное здание фермерского рынка выполнено в современном дизайне с учетом комфорта как для продавцов, так и для покупателей. В здании есть банкоматы, продуктовые тележки и обеспечена доступная среда для посещения рынка людьми с ограниченными возможностями.

Продукты попадают на прилавки напрямую из фермерских хозяйств, подворий и фирменных магазинов Тюмени и региона. Свежие мясо и рыба, овощи и фрукты, домашняя птица и молочная продукция, выпечка и гастрономия: все товары проходят строгий контроль качества, безопасности и свежести в собственной лаборатории независимыми врачами СЭС. Более 80 фермерских и крестьянских хозяйств сегодня предлагают свою продукцию на рынке «Михайловский». Горожанину открыт широкий выбор здоровой еды из подсобных хозяйств юга Тюменской области. Для покупателей работает доставка.

Каждый вид продукции включает в себя не только традиционные позиции, но и более редкие предложения. Например, на мясном прилавке будет не только свинина и говядина, но и баранина, крольчатина и субпродукты, зачастую недоступные в больших торговых сетях. Разнообразие выбора привлекает покупателей, а также мотивирует их к гастрономическим экспериментам, изучению новых и традиционных рецептов.



**Регион**  
Мурманская область

**Авторы проекта**  
Комитет по туризму Мурманской области совместно с проектом «Гастрономическая карта России»

**Начало реализации**  
2014 год

# Арктическая кухня



**Вызов**

- Сделать местную кухню актуальным и востребованным продуктом, создать и упаковать кухню региона как конкурентоспособный продукт, привлекательный как для туристов, так и для местных жителей.

**Описание**

Арктическая кухня – это межрегиональный гастрономический бренд, где Мурманская область как идеолог и инициатор проекта играет роль объединяющего центра и кулинарной столицы Арктики. Местные продукты в рамках генеральной концепции «Арктической кухни» превращаются в ключевые достопримечательности регио-

**Ценность проекта**

- Работа локальной кухни в качестве нативного инструмента продвижения и маркетинга региона и региональных продуктов. Создание привлекательного образа кухни региона как источника здоровых, улучшающих качество и продолжительность жизни продуктов и блюд.
- Изменение восприятия региона со стороны жителей и туристов – как модного, притягательного гастрономического направления.
- Рост сбыта продукции местных производителей как внутри, так и за пределами региона.



на, привлекающие туристов в любой сезон. Основной продукта «Арктической кухни» стала работа команды Екатерины Шаповаловой (проект «Гастрономическая карта России»), которая собрала ключевых шеф-поваров региона, приготовивших местные блюда в современном стиле на Первом международном арктическом медиаконгрессе. Для усиления медиаохвата был организован «Арктический пресс-завтрак» на первом в мире атомном ледоколе «Ленин». Пресс-завтрак открыл губернатор Мурманской области Андрей Чибис. В мероприятии приняли участие вице-губернатор Мурманской области Ольга Кузнецова, эксперт проекта «Гастрономическая карта России», президент Федерации рестораторов и отельеров Игорь Бухаров и 27 представителей федеральных СМИ и блогеров.

Блюда арктической кухни были включены в меню ресторанов Мурманской области, а также в меню школ. Параллельно с этим создана образовательная программа для студентов профильных колледжей «Основы арктической кухни». Это решило проблему дефицита кадров по новой специальности, а также вопрос с критериями «локальности» продуктов и блюд.

Помимо экономических результатов, бренд «Арктической кухни» дал возможность рассказать гостям и местным жителям о богатом этнокультурном наследии региона. Вкусы, продукты и традиционные рецепты поморов, саамов превратили кулинарное путешествие по Мурманской области в ретроспективу истории освоения Севера людьми, начиная с раннего Средневековья. Это придает эффект добавленной стоимости местным продуктам, блюдам и проектам, которые их используют.

К проекту, основанному в Мурманской области, присоединились Республика Карелия, Архангельская область и Республика Саха (Якутия). На 2025 год он объединяет более 50 ресторанов-участников.

# Московское чаепитие



## Вызов

- Необходимость актуализировать и сохранить исторические чайные традиции
- Москвы как часть культурного кода города, сделать их востребованными в современной городской среде
- и встроить в актуальную гастрономическую и туристскую повестку.

## Ценность проекта

- Формирование гастрономического бренда Москвы на основе локального культурного наследия.
- Создание масштабируемой продуктовой базы — фирменного чая «Москва» и сопутствующей линейки (купажи, брендовый фарфор, десерты).
- Повышение насыщенности городской туристской среды за счет появления стандартизированного и доступного гастрономического предложения.



## Описание

«Московское чаепитие» — практика, основанная на многовековой истории московского чаепития, которая берет начало в 1638 году, когда чай впервые появился в городе при дворе Михаила Федоровича, а массовая культура чаепития сформировалась в период Екатерины II, когда Москва стала центром чайной торговли. На этой исторической базе создан современный городской формат: стандартизированный чайный сет, который ежедневно подается с 16:00 до 19:00 в широкой сети ресторанов и отелей. Динамика: от 100 площадок на старте до 400.

Формат включает фирменный купаж «Москва», выбранный жителями, подачу в красно-золотом фарфоре с мотивами столичной архитектуры и сочетание чая с авторской выпечкой или десертом. Благодаря единому стандарту подачи и узнаваемой эстетике проект стал частью городской и фестивальной инфраструктуры, объединяя площадки разного уровня — от пятизвездочных отелей до уличных корнеров — и обеспечивая стабильность сервиса и возможность почувствовать себя желанным гостем в Москве.

Практика создает для города масштабируемый гастрономический продукт, который легко интегрируется в туристские маршруты и городские события. Широкая сеть участников формирует дополнительную инфраструктуру гостеприимства, а фирменный купаж и сервировка позволяют выстраивать сувенирную и продуктовую линейку. Благодаря единому стандарту подачи и понятной модели участия практика закрепляет чайную традицию в современной городской среде и расширяет точки взаимодействия с частным бизнесом.



# Ферма М2



### Вызов

- Рост запроса на честные, экологичные и безопасные продукты при отсутствии прозрачных и понятных практик, которые подтверждают качество и экологичность на всех этапах производства.

### Описание

Ферма М2 — это не просто многопрофильное органическое хозяйство, а экосистема, выстроенная вокруг идеи органического образа жизни. Здесь принципы осознанного и экологичного отношения к себе, природе и людям проходят через все этапы: от работы с землей и животными до логистики, ресторанных концепций и просветительских проектов.

### Ценность проекта

- Осознанное земледелие и уважение к природе.
- Полная прозрачность производства.
- Ответственность перед человеком и обществом.
- Культура органического образа жизни.
- Единая экосистема «от фермы до ресторана».



Комплекс в Подмоскowie объединяет животноводство, растениеводство и переработку — от мясной и молочной продукции до винного погреба и пивоварни, элеватор и комбикормовый завод, высокотехнологичные огород и сад. Земли, на которых построено хозяйство, не обрабатывались в течение многих лет и смогли восстановить природную структуру; их расчистили и засеяли полезными культурами для естественного развития биосистемы и качества почвы. В 2018 году хозяйство получило органический сертификат от немецкой компании Kiwa, а в 2021 году — европейский сертификат от аккредитованной компании «Экоглоб», подтверждающий соответствие органическим стандартам.

Продукция М2 реализуется через собственную сеть магазинов и онлайн-каналы с доставкой по Москве и Подмоскowie. Открыты девять ресторанов авторской кухни «М2 Органик Клуб» по принципу «от фермы к столу». Таким образом, для гостя органический подход становится не абстрактной идеей, а повседневной практикой — от корзины покупок до заказа в ресторане. Компания контролирует всю производственную и логистическую цепочку, выращивая до 95% ингредиентов на своих землях и гарантируя прослеживаемость и качество продуктов.

Философия ответственного земледелия и органического образа жизни продвигается через агротуризм и просвещение: на ферме проводят экскурсии, дегустации, организуют проживание в комфортабельных коттеджах в формате «жизни на ферме», а также развивают собственный медиаканал «Полевой журнал», где технологи, сыровары, животноводы, пивовары и агрономы делятся практиками и знаниями.

Проект получил признание на федеральном уровне, став лауреатом премии Совета Федерации за достижения в развитии органической продукции в номинации «Ассортимент органической продукции».

# Сыроварня Лобановых



**Вызов**

- Обеспечить местных жителей полезными локальными продуктами, запустить туристические продукты для привлечения внимания к местной фермерской культуре и развитию каналов сбыта.

**Ценность проекта**

- *Создание разнопланового семейного фермерского хозяйства, объединяющего и сельское хозяйство, и сыроварение, и туризм.*
- *Постоянное развитие и участие в акселераторах, конкурсах на получение грантовой поддержки.*
- *Ведение просветительской деятельности в целях продвижения здорового образа жизни и сельскохозяйственной деятельности.*

**Описание**

Сыроварня Лобановых – семейное хозяйство, которое определяет одну из своих важнейших задач так: «Мы работаем для того, чтобы у каждого жителя Кузбасса появилась возможность узнать вкус настоящего, полезного фермерского сыра».

Сыроварня производит продукцию из козьего и коровьего молока 10 лет. В 2015 году супруги решили организовать небольшое крестьянское хозяйство и завели коров, коней и коз. Через три года получили грант в размере 15,3 млн рублей, приобрели еще домашнего скота, а также оборудование для фермы и сыроварни. Сегодня бренд «Сыроварня Лобанова» объединяет три направления: сельское хозяйство (растениеводство и животноводство), сыроварение и агротуризм. Сыроварение запустили в 2019 году, и сегодня Лобановы производят два десятка видов сыров из цельного козьего молока с использованием натуральных заквасок и ферментов. Сыроварня Лобановых – это конечное звено полного технологического цикла, который включает в себя собственные поля, кормозаготовку и молочную ферму. Все это позволяет контролировать все этапы производства и соблюдать стандарты качества итоговой продукции.

Глава семьи и руководитель бизнеса Александр Лобанов занимается сельским хозяйством, его жена Галина – организацией дегустаций, мастер-классов и развитием экотуризма, а дочь Анна отвечает за производство сыра и его продвижение, в том числе участвует в создании новых сортов. Свыше 300 человек посещает сыроварню ежемесячно. При этом одна треть от основных продаж в месяц приходится на продажи сыра после дегустаций на сыроварне.



# Красный Октябрь, экскурсия и музей



## Вызов

Отсутствие доступных форматов, которые знакомят широкую аудиторию с современным кондитерским производством и его историей, поддерживают интерес к профессиям отрасли и позволяют укреплять доверие к бренду через открытость и демонстрацию реальных технологий.

## Ценность проекта

- Создание востребованной разноформатной промышленной экскурсии на базе старейшего кондитерского производства в стране, объединяющего 19 предприятий.
- Формирование лояльной аудитории разной возрастной категории.



## Описание

Современный гастрономический музей работает с посетителями на всех уровнях восприятия. В экспозиции задействованы элементы театра, планетария, волшебной лавки сладостей и творческой лаборатории. История шоколада представлена как приключенческий захватывающий фильм. Посетители словно переносятся на много веков назад, в цивилизацию древних майя. Вместе с конкистадорами они плывут через океан в трюме корабля. Знакомятся с неизвестными плодами и чудесным шоколадным напитком. Затем возвращаются с этими дарами в Европу, а оттуда в Россию, повторив путь, что и плоды какао-деревья когда-то. Далее начинается российская история шоколада и производства, известного сегодня под именем концерна «Бабаевский». В музее представлены образцы упаковок, этикеток и инструменты мастеров-кондитеров XIX–XX вв. Особое внимание уделяется жизни и деятельности основателей кондитерских предприятий: Фердинанда Теодора фон Эйнема (АО «Красный Октябрь») и Алексея Ивановича Абрикосова (АО «Кондитерский концерн «Бабаевский»).

После знакомства с экспозицией музея экскурсанты могут посетить действующее производство и окунуться в «сладкую» память детства. Конфеты и шоколад, произведенные прямо на глазах гостей, имеют особо яркий вкус, забыть который невозможно. Шоколад «Вдохновение», конфеты «Белочка», батончики «Бабаевские». Посетители узнают, что более 100 лет производится одна из старейших конфет «Мишка косолапый», а в минуту выпускается 300 шоколадок «Аленка».

В завершение экскурсии на мастер-классе гости могут разработать оригинальную рецептуру конфет, изготовить их своими руками и забрать домой, чтобы угостить друзей и близких.

# Авторский сет «Сердце города»



- Вызов**
- Необходимость найти и зафиксировать идентичность города, в котором отсутствует очевидный туристический «центр притяжения», и создать понятный способ рассказать о его истории и культурных слоях через гастрономию. Задача — превратить ресторанный продукт в инструмент осмысления территории, связав локальную кухню, краеведение и городской маршрут в единое целостное впечатление.

**Описание**

Ресторанный сет шеф-повара Евгения Калинина, создающий целостный историко-гастрономический образ города Иваново и представляющий знакомый регион в новом свете. Комбинация «сет+путеводитель» стала ответом на запрос гостей ресторана «что посмотреть в Иваново». Ре-

- Ценность проекта**
- Объединение гастрономии и краеведения в рамках одного проекта.
  - Мультиформатный подход к созданию ресторанный сета.
  - Создание нового туристического маршрута, благодаря которому Иваново раскрывается через вкусовые предпочтения его жителей, воспоминания известных горожан, через архитектуру и другие достопримечательности.



сторатор и идеолог проекта Артем Самохвалов пригласил к сотрудничеству местного краеведа Михаила Денежкина, который помог соединить традиционные рецепты и знаковые места города в единую композицию.

На создание сета ушло 6 месяцев и 150 тысяч рублей. Дружественная типография выступила в качестве печатного партнера. Первый тираж — 2000 экземпляров. Официанты дарят путеводитель гостям ресторана, которые приехали в Иваново с туристической целью. Гид нашел отклик и среди местных жителей, поскольку позволяет взглянуть на привычные вещи по-новому. Команда проекта периодически проводит бесплатные экскурсии по маршруту сета, на которые записываются чаще всего местные жители. Это формирует лояльное сообщество вокруг ресторана и всех его проектов, запускает позитивное сарафанное радио.

Сет сделан по принципу маршрута во времени и пространстве. Каждое блюдо показывает свою историческую эпоху или культурный слой, сформировавший идентичность города. Пельмени с копченой шучкой как рефлексия на тему превращения крестьянского села в город. Блюда, любимые ивановскими фабрикантами. Отсылки к революционному прошлому Иваново и основанной там первой в Советской России фабрике-кухне.

Путеводитель доступен в печатной версии и онлайн, на сайте ресторана. Как пишут создатели, это «прогулка по прошлому, которого уже нет на карте, но которое осталось во вкусе».

Ресторан «Огонек моей души» с этим проектом вошел в шорт-лист профессиональной ресторанной премии «Лучшие в индустрии» в номинации «Гастро-ивент 2025», которая проходит под эгидой профессионального сообщества «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса».

# Туристский поезд «Виноградный Экспресс»



- **Вызов**
- Развить эногастрономический туризм в регионе и поддержать местных производителей вина через создание комплексного продукта для путешественников.

## Ценность проекта

- *Формирование комплексного туристического продукта, который позволяет познакомить участников путешествия с историей виноделия в регионе и местными производителями.*
- *Расширение рынков сбыта локальных винодельческих хозяйств, не все из которых представлены на федеральном уровне.*
- *Проектная межотраслевая работа с вовлечением предприятий из разных сфер гастроиндустрии и туризма при поддержке администрации региона.*

## Описание

«Виноградный Экспресс» — большой эногастрономический тур на поезде, открывающий для путешественников мир вина и гастрономии Севастополя. Поезд состоит из вагонов-ресторанов с дизайном в стилизованных салонах эпохи начала прошлого столетия. Помимо основной экскурсионной программы пассажиры могут собрать собственное «меню» путешествия, дополнив его мастер-классами, лекциями, дегустациями по собственному вкусу и предпочтениям. Пассажиров сопровождают опытные гиды и сомелье.

В дороге гости знакомятся с историей и традициями крымского виноделия, учатся разбираться в видах и марках вина, посещают производства и дегустируют местную продукцию. Поезд делает несколько остановок на винодельнях, где путешественников знакомят с процессом производства вина сами виноделы. Дополняет вкусовую картину Севастополя тематический обед в поезде, где пассажиры могут одновременно наслаждаться местными блюдами, винами и живописными пейзажами и виноградниками за окном.

Проект создан при поддержке правительства Севастополя. Единственный в регионе туристический поезд следует по Крымскому полуострову по маршруту, рассчитанному на девять часов с остановками в Севастополе, Балаклаве и Инкермане. Туристам предлагается три маршрута на выбор и 11 виноделен и производств, участвующих в проекте.



# WINEPARK



- **Вызов**
- Создать пространство, где в современном шоу-формате представить разнообразие российских вин, продвигать культуру вина и виноделия на языке, понятном широкой аудитории.

**Описание**  
WINEPARK — это многофункциональный центр винного туризма, продвигающий отечественное виноделие и общую винную культуру в России. Общая площадь парка — 30 га, виноградник — 8 га, площадь винодельни — 2,5 га. На своей территории проект собирает одну из самых уникальных коллекций в мире, куда попадают только исключительные вина. Коллекция рассчитана на 36 000 бутылок. В зоне

- **Ценность проекта**
- *Создание методологии обучения для винных гидов и запуск первого в стране конкурса винных гидов.*
- *Создание первого в мире вина при помощи ИИ.*
- *Разработка и запуск первого в мире роботизированного комплекса для бокальных дегустаций «Робот-сомелье».*



винотеки с обширным ассортиментом российского вина находится «Робот-сомелье» — дегустационный комплекс, способный проводить бокальную дегустацию для 10 человек одновременно. Винная карта робота включает до 40 позиций российских вин.

Один из основных принципов философии WINEPARK лежит во фразе “the less is more”, что подразумевает минимализм в дизайне, невмешательство в природные процессы, а также приятательный отбор информации для концентрации внимания на ключевых моментах винной культуры.

Экспозиционное пространство винодельни презентует процесс превращения винограда в вино как вид современного искусства, где задействованы последние достижения науки и технологий. Рефлексивные интерактивные и информационные площадки на всем пространстве винодельни и за ее пределами представляют вино как метафору жизни человека. Атмосфера комплекса, звуковое и визуальное сопровождение, пояснения винных гидов во время экскурсий — все это погружает гостей в размышления о жизни человека через призму поколений и историю мирового виноделия.

Экскурсионные и дегустационные предложения WINEPARK созданы с учетом интересов разных групп винных туристов. Благодаря круглогодичной активности проекта за счет широкого выбора услуг, продуманной событийной программы, а также взаимодействию с представителями HoReCa, туристической отраслью и медиа, WINEPARK стал точкой притяжения для всех гостей полуострова.

В 2023 году проект вошел в состав Международной организации винного туризма GWTO. Является обладателем более 20 наград в области туризма и производства: World Travel Awards, 50 Best Tastes of Russia, Top-100 проектов России, «Винорус», Cheese Expo, Top100Wines.ru и других.

Регион

Краснодарский край

Автор проекта

Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, туроператор «Ривьера-Тур»

Начало реализации

2025 год

# Национальный маршрут «Винные дороги Краснодарского края»



- ...

Вызов
- Привлечь внимание к локальной культуре виноградарства и виноделия и расширить рынки сбыта местных производителей через их продвижение, а также развитие гастротуризма в регионе и формирование востребованного туристического продукта национального масштаба.

- Ценность проекта

  - *Запуск национального маршрута с учетом гастроособенностей и культуры региона.*
  - *Продвижение малых и крупных виноделен в регионе через увеличение турпотока.*
  - *>300 000 отдыхающих посетили малые и крупные винодельни по итогам 2024 года.*



Описание

Популярность Краснодарского края как одного из ключевых винодельческих регионов России — давно устоявшийся факт. Сегодня винный туризм стал одной из визитных карточек региона. На Кубани работает около ста виноделен, и многие из них интересны не только с точки зрения эногастрономии, но и как архитектурные объекты. Здесь можно увидеть разнообразие подходов: от современных минималистичных комплексов, встроенных в природный ландшафт, до виноделен с акцентом на южную традицию и локальную идентичность. Несколько хозяйств Краснодарского края входят в сотню красивейших виноделен мира — это подтверждает международное признание и высокий уровень развития отрасли.

Национальный туристический маршрут «Винные дороги Краснодарского края» дает туристам возможность погрузиться в культуру виноградарства и виноделия, история которой на территории региона насчитывает более 2500 лет. Это интерактивный опыт, задействующий все чувства. Путешественники изучают процесс производства вина, дегустируют образцы, пробуют блюда черноморской, кубанской и кавказской кухни.

Реализация проекта демонстрирует эффективную совместную работу администрации региона, представителей туристической отрасли, производителей вина. Специализированный маршрут проходит по винодельческим хозяйствам Темрюкского района, Анапы, Новороссийска и Геленджика. Дорога проложена по уникальным по красоте местам. Через море, горы, степи, виноградники (на маршруте представлено более 30 000 га), лавандовые и трюфельные поля. И все это — с профессиональным информационным сопровождением о нюансах традиций производства вина на именитых винодельнях Краснодарского края, таких как «Долина Лефкадия», Chateau Tamagne, «Поместье Голубицкое», исторический комплекс «Абрау-Дюрсо» и винодельня «Мысхако».

Продуктовое предложение

Регион  
Все регионы России

Автор проекта  
Артур Саркисян

Начало реализации  
2012 год

# Гид по российским винам



- Вызов**
- Создать первый профессиональный гид по отечественным винам, которым могли бы пользоваться как профессионалы отрасли, так и любители вина. Привлечь внимание широкой аудитории к российским винам. Изменить стереотип «российские виноделы не могут соревноваться с признанными мировыми производителями». Создать спрос на отечественные вина среди сомелье российских ресторанов, дистрибьюторов, кавистов и, как следствие, среди покупателей.

**Описание**  
Гид по российским винам — ежегодный путеводитель по регионам российского виноделия и авторский рейтинг лучших вин президента Союза сомелье и экспертов России Артура Саркисяна. В 2025 году издание вышло совместно с «РБК

- Ценность проекта**
- Популяризация отечественных вин среди профессиональной аудитории и любителей вина.
  - Фиксация качественного и количественного роста индустрии отечественного виноделия.
  - Всесторонняя картина российских вин от больших производителей до авторских продуктов.
  - Хорошая репутация и отсутствие ангажированности, которые обеспечивает двухступенчатая методика оценки: на производстве и в анонимной закупке в торговых сетях.



Вино» с целью создать онлайн-версию гида, доступную для любителей вина по всему миру. Автор оценивает вина по 100-балльной шкале, а также выставляет рейтинг соотношения цены и качества — «позитивный бокал», дает рекомендации по гастрономическим сочетаниям.

Оценка выставляется по итогам двойной дегустации. Сначала — на винодельческих хозяйствах, куда автор приезжает лично, а затем контрольный этап — с образцами тех же вин, но приобретенных в розничных сетях анонимно. Образцы, получившие высшие оценки на уровне 90 и более баллов, сопровождаются авторским комментарием и оценкой инвестиционного потенциала. Все оценки держатся в тайне до даты выхода книги в конце календарного года. Это превращает ежегодную презентацию гида в событие и громкий информационный повод.

Удобный формат гида помогает любителям вина выбрать интересные экземпляры среди отечественных производителей, обратить внимание на перспективные винодельческие хозяйства.

В гиде описаны основные винодельческие регионы: климат, почвы, основные винодельни, перспективные сорта. Этот раздел книги работает как руководство для профессионалов, презентующих вина через характеристику региона, и как туристический путеводитель для винных туристов. Что помогает продвигать территорию в целом, а не только конкретных производителей.

На старте гида в 2012 году в книгу попали 13 виноделен, вина которых были практически недоступны для людей вне профессионального винного сообщества. Многие вина вошли в гид с минимальной возможной оценкой — 75 баллов. Сегодня в гиде представлены 120 винных хозяйств России, выставлены оценки 1000 лучших вин. Минимальная оценка, полученная винами, — 87 баллов из 100.

# Специализированная выставка для профессионалов ресторанно-гостиничной и туристической индустрии «ПИР Экспо»



**Вызов**

Объединить профессиональное сообщество в сфере гастроиндустрии вокруг ежегодного значимого делового мероприятия, в рамках которого формируется площадка для диалога между участниками отрасли — от производителей и поставщиков услуг до рестораторов и образовательных учреждений.

Ценность проекта

- *Создание мультиформатной платформы для общения и обмена опытом специалистов HoReCa.*
- *Расширение рынков сбыта российских производителей и поставщиков услуг.*
- *Повышение качественного уровня гастроиндустрии в целом за счет выстраивания профессиональных коммуникаций и формирования образовательной базы для отрасли.*

Описание

Крупнейшее профессиональное мероприятие в России и странах СНГ ежегодно в течение 25 лет собирает и объединяет на своей платформе (офлайн и онлайн) производителей и поставщиков продукции, решений и услуг для сектора гостеприимства с теми, кто этот сектор непосредственно представляет. Со стороны производителей заявлен весь спектр интересов отрасли HoReCa: мебель, профессиональная бытовая техника и электроника, продукты питания, посуда, расходные материалы, текстиль, ИТ-решения и другие многочисленные позиции для ресторанов, отелей, кофеен, кейтеринговых служб и пищевых производств. Со стороны покупателей — это отельеры, поставщики, девелоперы, представители управляющих компаний, дизайнеры, архитекторы, проектировщики и многие другие специалисты.

Генеральная цель международного проекта, которая и обеспечивает успех и долголетие выставки — это желание развивать индустрию, двигать ее вперед, постоянно адаптируясь к вызовам эпохи. Поэтому организаторы уделяют большое внимание профессиональному нетворкингу, поиску новых поставщиков и заключению контрактов, обмену опытом, мастер-классам и тренингам, обучению новым технологиям, обсуждению трендов и практических кейсов. Все эти возможности — в свободном доступе для каждого участника. Насыщенная деловая программа аккумулирует знания лидеров рынка, предлагая глубокий анализ актуальных бизнес-вызовов и путей их преодоления.

В 2025 году 800 отечественных и зарубежных компаний представили свою продукцию, решения и услуги на площадке «ПИР Экспо». Более 48 500 специалистов индустрии более чем из 70 регионов России и стран СНГ посетили выставку с целью получения нового опыта и подписания новых контрактов.



|                 |                                                                                                                           |                   |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион          | Автор проекта                                                                                                             | Начало реализации |
| Камчатский край | Правительство Камчатского края, Ассоциация индустрии гостеприимства Камчатки, Агентство маркетинговых коммуникаций PROSTO | 2021 год          |

# Гастрономический фестиваль «ПапортнИКРАб»



- Вызов**
- Сохранить традиции коренных народов, возродить забытые рецепты и объединить ресторанное сообщество региона вокруг мероприятия, которое стало бы новой точкой притяжения для туристов и способствовало популяризации локальной кухни и продуктов.

Ценность проекта

- Формирование профессионального сообщества в регионе и организация работы межотраслевой команды.
- Пополнение регионального событийного календаря ярким мероприятием, на который ежегодно приезжает более 3000 гостей.
- Запуск эксклюзивного формата званых ужинов «Тайны Тихого океана», в рамках которого ограниченное количество гостей получает возможность продегустировать восемь курсов авторский блюд от шефов, вдохновленных традициям стран Тихоокеанского региона.

Описание

«ПапортнИКРАб» – ресторанный фестиваль региональных продуктов в формате интерактивного путешествия-приключения. Ключевая идея события в том, что кухню Камчатки невозможно экспортировать. Ее нужно пробовать на месте, в контексте неукротимой природы полуострова. Поэтому фестиваль начинается массовым походом на сопки и сбором дикорастущего папоротника, одного из знаковых продуктов региона. Участники фестиваля, местные жители и туристы знакомятся с продуктом в его среде обитания. Так возникает сильнейшая эмоциональная связь между гостем региона, природой Камчатки и ее вкусами.

Логичное продолжение гастрономического путешествия – от продукта к блюду. Фестиваль продолжает неделя региональной кухни в ресторанах Камчатки, присоединившихся к проекту. Интерактивную программу гастрономических открытий дополняет деловая часть, где эксперты в сфере индустрии гостеприимства обмениваются опытом и идеями по развитию туризма на Камчатке. Таким образом фестиваль решает сразу несколько стратегических задач: привлекает поток туристов, знакомит их с кухней региона, за счет идеи «кухню Камчатки невозможно экспортировать» обеспечивает возвращаемость гостей, а также создает профессиональное комьюнити представителей HoReCa, которое гарантирует качество приема сгенерированного туристического потока.

Кроме того, разработан гастрономический тур, который сочетает посещение мероприятий фестиваля «ПапоротнИКРАб» с насыщенной экскурсионной программой: морские прогулки, вулканы, этнические локации, отдых в термальных источниках, а также дегустации авторской кухни от ведущих шеф-поваров.



# Ежегодный фестиваль рыбы и морепродуктов на берегу Балтийского моря «Фиштиваль»



- **Вызов**
- Сделать Калининградскую область популярным гастрономическим направлением, акцентировав внимание на ее приморском характере, на кухне моря и морепродуктов.

## Ценность проекта

- Создание концепции гастрособытия, которое отличается от аналогичных проектов в соседних регионах.
- Развитие регионального гастрономического фестиваля за 10 лет до масштабного события федерального уровня.
- Формирование образа Калининградской области как морской гастрономической столицы большой страны через проведение мероприятия.

## Описание

«Фиштиваль» — событие в области гастрономии, где лучшие проекты России представляют свой взгляд на блюда из морской рыбы и морепродуктов. Свежесть, разнообразие и уникальность — обязательные требования к фестивальным рецептам. Шеф-поварам нельзя повторяться, каждый год нужно придумывать что-то новое. Поэтому многие блюда готовятся только на фестивале, что и привлекает аудиторию вновь и вновь. В основе фестивального меню лежат традиционные и авторские рецепты. Это могут быть как простые закуски, так и изысканные деликатесы. На любой вкус и кошелек.

В разные годы на «Фиштивале» подавали камчатского краба, мурманскую треску, крымскую барабульку, черноморскую ставриду, балтийскую ряпушку, дальневосточных устриц и еще много рыбы и морепродуктов из других регионов России и мира.

Помимо гастрономической программы, на «Фиштивале» проходит конкурс гастросувениров Калининградской области, есть фотозоны и развлечения для детей, мастер-классы, конкурсы и викторины, выступления музыкальных коллективов и артистов.

Более 50 000 гостей посещают фестиваль за четыре дня, при этом 35% посетителей — это туристы из регионов России. На время проведения мероприятия Зеленоградск — небольшой приморский городок — становится точкой привлечения внимания туристов. Отели бронируют заранее, чтобы посетить «Фиштиваль» и провести длинные майские выходные на берегу Балтийского моря. В 2022 году проект признан лучшим гастрономическим туристическим событием России по версии Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards.



# Гастрономический фестиваль «Жимолость»



Вызов

- Популяризировать локальный продукт, ставший негласным символом сибирской гастрономии, привязать его восприятие жителями и гостями к Томской области и способствовать развитию локальных компаний в области гастроиндустрии.

Ценность проекта

- *Запуск продукции с содержанием жимолости в различных пищевых товарных категориях в регионах.*
- *Создание важного городского события, направленного на повышение узнаваемости локального продукта в регионе и за его пределами.*
- *Формирование привлекательного имиджа Томской области как региона с богатым гастрономическим и туристическим потенциалом.*

Описание

Гастрономический фестиваль «Жимолость» – мероприятие в честь ягод жимолости, которые благодаря своим качествам – морозоустойчивости и адаптивности к суровому климату, стали гастрономическим символом города. За четыре года проведения фестиваля жимолость стала устойчивым региональным брендом, что прямым образом влияет на известность продукта, повышение спроса и, как следствие, объемов его производства.

Фестиваль проводится в День молодежи, в последнюю субботу июня и обладает высокой социальной значимостью, так как предлагает вариант интересного семейного досуга. Площадка мероприятия включает в себя несколько тематических зон: масштабный городской сезонный фуд-корт, ярмарку, интерактивные зоны и лекторий. Во время праздника организаторы проводят развлекательную программу, а рестораны и кафе города в эти дни представляют специально разработанные блюда из жимолости. Карта заведений-участников доступна на сайте фестиваля. В меню включены мороженое, коктейли, муссы и пирожные из жимолости, а также мясные блюда, в приготовлении которых тоже задействована ягода. Гости фестиваля могут приобрести свежий урожай жимолости в дни проведения фестиваля.

Ежегодно мероприятие посещают более 30 000 гостей, в том числе из других регионов России.



# Ключевые шаги региона для формирования продуктового предложения

**1. Сформировать региональную команду развития гастроиндустрии**

Включить представителей власти, рестораторов, производителей, шефов, исследователей, специалистов по туризму и культуры для того, чтобы обеспечить согласованность решений и комплексный взгляд.

**2. Провести инвентаризацию гастрономических ресурсов региона**

Создать реестр локальных продуктов и блюд, включая отдаленные территории, архивные материалы и рассказы жителей. Вовлечь историков, этнографов, экспертов отрасли.

**3. Определить критерии и принципы отбора ключевых блюд и продуктов**

Использовать методические подходы:

- аутентичность;
- масштабируемость;
- доступность сырья;
- гастротуристический потенциал;
- узнаваемость.

Это создает прозрачную и понятную логику выбора.

**4. Выбрать ключевые блюда и продукты региона (ядро продуктового предложения)**

Определить флагманы — позиции, которые отражают идентичность региона и могут быть масштабированы.

**5. Определить носителей продукта: производителей и ресторанное сообщество**

Выстроить работу с:

- фермерами, хозяйствами, ремесленниками;
- ресторанами, шефами, кафе, отелями;
- образовательными площадками.
- Без сырьевой базы и носителей продукт не сможет развиваться.

**6. Создать гастрономическую карту региона**

Отразить ключевые блюда, локации, производства, события, маршруты. Карта — инструмент для туристов и стратегическая основа для развития.

**7. Сформировать продуктивное предложение региона**

На основе флагманских блюд и продуктов определить набор форматов:

- ресторанные блюда и спецменю;
- региональные сеты;
- гастросувениры;
- продукты для ретейла;
- решения для туристических маршрутов и событий.

**8. Встраивать продукт в туризм, городскую среду и локальные системы питания**

Продукт должен быть доступен и туристам, и местным жителям:

- фестивали, гастроуикенды, дегустации;
- школьное питание, корпоративное питание;
- региональный ретейл.

**9. Согласовать подходы к подаче и интерпретации блюд**

Создать понятный, узнаваемый стиль подачи и смысловое сопровождение: история, традиции, визуальные элементы. Важно не жестко нормировать, а бережно усиливать идентичность.

**10. Построить коммуникацию с бизнесом и жителями**

Регулярно вовлекать сообщества: обсуждения, мастер-классы, медиа, открытые встречи. Когда жители знают свои блюда, появляется культурная опора.



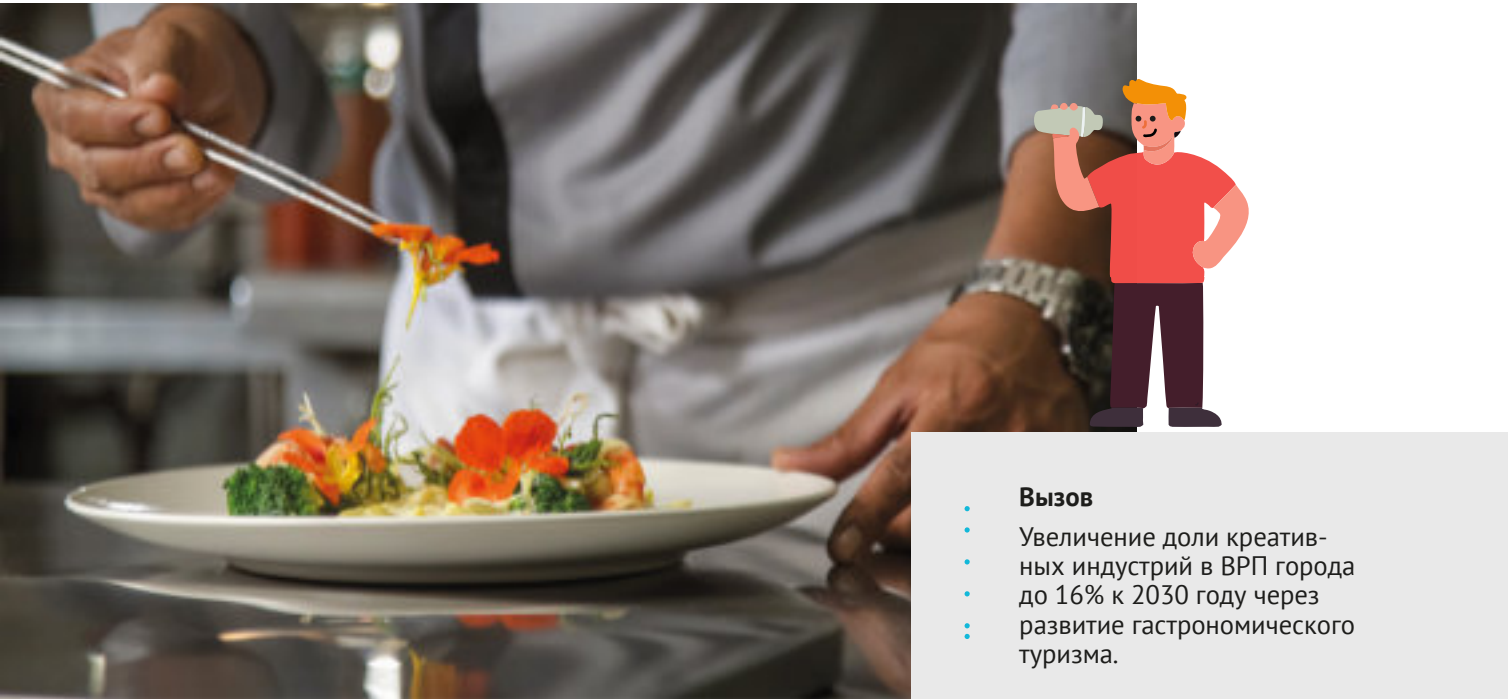
# Ценовое предложение

Блок «Ценовое предложение» представляет собой комплекс показателей, отражающих соотношение стоимости продукции для конечных потребителей и расходов на ее производство. В блоке учитываются уровень доходов населения региона относительно стоимости стандартного набора товаров и услуг, а также объемы государственных субсидий, направляемых на развитие местной гастрономии и туристической привлекательности территории. Эти факторы позволяют оценить доступность продуктов питания для жителей и потенциал развития региональной экономики через поддержку местных производителей и популяризацию гастротуризма.



|                 |                                                                                  |                   |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион          | Автор проекта                                                                    | Начало реализации |
| Санкт-Петербург | Фонд развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге | 2024 год          |

# Проект «Развитие точек общественного питания как гастрономического элемента креативных индустрий»



- **Вызов**
- Увеличение доли креативных индустрий в ВРП города до 16% к 2030 году через развитие гастрономического туризма.

## Ценность проекта

- *Формирование устойчивой системы финансовой и образовательной поддержки предпринимателей в сфере гастроиндустрии.*
- *Стимулирование открытия новых предприятий общественного питания и создания рабочих мест.*
- *Развитие петербургской кухни как части креативных индустрий и городской идентичности.*
- *Повышение туристической привлекательности города через развитие гастрономической инфраструктуры.*

## Описание

Проект направлен на развитие гастроиндустрии Санкт-Петербурга как части креативной экономики и туристической привлекательности города. Субъекты малого и среднего предпринимательства могут получить до 700 тыс. рублей на открытие новых точек общественного питания по франчайзинговой модели в районах с недостаточно развитой инфраструктурой. Размер компенсации составляет до 90% паушального взноса.

Помимо финансовой поддержки предприниматели проходят обучение и получают консультации по вопросам бизнес-планирования, финансов и права. В 2024 году из бюджета города выделено 14 млн рублей, в 2025 году – 25 млн рублей. По итогам 2024 года заключено 15 договоров коммерческой концессии, 7 участников открыли новые точки общепита.

Программа реализуется в рамках межведомственного проекта «Петербург гастрономический» под кураторством Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга.



Ценовое предложение

Регион  
Санкт-Петербург

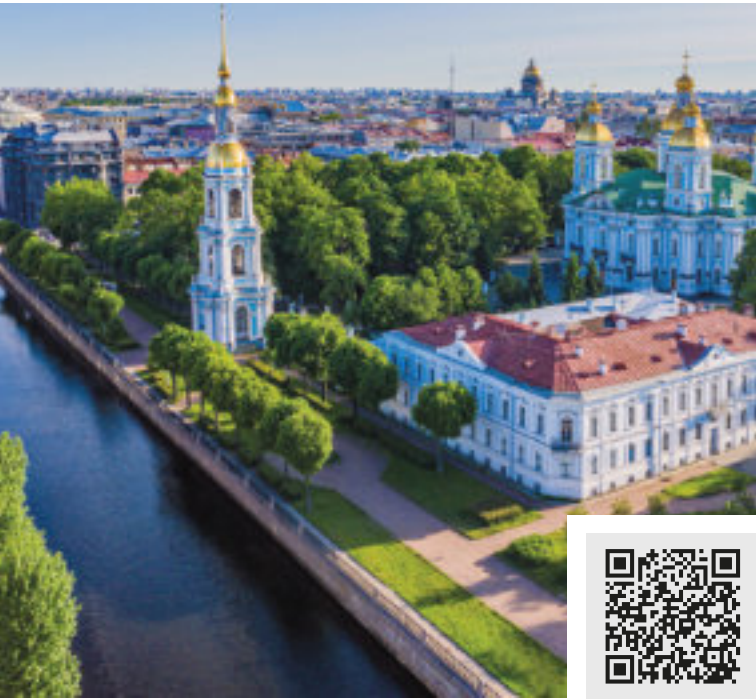
Автор проекта  
Комитет по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга

Начало реализации  
2021 год

# Субсидии предприятиям общественного питания Санкт-Петербурга на подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров



- **Вызов**
- Развитие кадрового потенциала региона в области промышленности, в том числе производства продуктов питания.



Ценность проекта

- *Снижение затрат предприятий на обучение и развитие персонала.*
- *Поддержка локального бизнеса в сфере гастроиндустрии.*
- *Создание условий для повышения привлекательности работы в области промышленности.*
- *Повышение качества производимой продукции.*

Описание

Ежегодные субсидии в размере до 3 млн рублей предоставляются на безвозмездной и безвозвратной основе юридическим лицам (за исключением государственных, муниципальных учреждений), не являющимся субъектами малого предпринимательства, зарегистрированным на территории Санкт-Петербурга и осуществляющим виды экономической деятельности, относящиеся к разделу «Обрабатывающие производства». За исключением производства напитков.

С помощью субсидий (постановление Правительства Санкт-Петербурга от 04.07.2025 № 483) можно возместить затраты на подготовку кадров:

- по программам среднего профессионального образования;
- по программам высшего образования специалитета, бакалавриата и магистратуры;
- по программам высшего образования подготовки кадров высшей квалификации;
- переподготовку кадров (в объеме не менее 250 часов) и повышение квалификации кадров (в объеме не менее 16 часов).

Максимальный размер субсидии составляет 3 млн рублей. При этом стоимость обучения по договору на одного работника получателя субсидий, за обучение которого возмещаются затраты, может достигать 300 000 рублей.

|                 |                                                                                                                                    |                   |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион          | Автор проекта                                                                                                                      | Начало реализации |
| Санкт-Петербург | Комитет по промышленности, инновациям и торговле, Фонд развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге | 2024 год          |

# Проект «Петербург гастрономический»



- **Вызов**
- Увеличение доли креативных индустрий в ВРП города до 16% к 2030 году через развитие гастрономического туризма.

## Ценность проекта

- Стимулирование спроса на локальное оборудование.
- Снижение инвестиционных затрат предприятий общественного питания при открытии и модернизации заведений.
- Внедрение современного оборудования.

## Описание

«Петербург гастрономический» — проект для поддержки гастропредпринимателей города. Бизнесу софинансируют часть затрат для оснащения и приобретения оборудования, произведенного в Санкт-Петербурге, а также при открытии новых объектов питания или модернизации действующих.

Предприниматели ресторанной сферы Петербурга могут покрыть до 70% собственных затрат на покупку оборудования, посуды, мебели и спец-одежды на общую сумму до 1,17 млн рублей. Как показали первые результаты, чаще всего бизнес использовал эти средства на покупку кофемашин, холодильников, печей, мебели, текстиля и посуды. В рамках проекта участники также могут бесплатно получить разработку или обновление цифрового меню — готовой интернет-страницы с выбором блюд и напитков, доступ к которой посетители получают при сканировании QR-кода. Еще одна опция — предоплаченный на год доступ к сервисам по автоматизации бизнес-процессов для руководителей предприятий общественного питания.

Для получения мер поддержки необходимо подать заявку на сайте eSPB.PRO. Всего из бюджета города на реализацию программы выделено 23,5 млн рублей. Поддержку получили 47 предпринимателей в сфере общественного питания через софинансирование покупки оборудования и оснащение заведений.



| Регион             | Автор проекта                                               | Начало реализации |
|--------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------|
| Краснодарский край | Администрация муниципального образования город Новороссийск | 2019 год          |

# Проект «Новороссийск — центр виноградарства и виноделия»



- **Вызов**
- Системное развитие виноградарства и виноделия как основы гастрономической и туристической специализации территории: формирование устойчивой сырьевой базы, привлечение инвестиций, поддержка производителей и создание условий для долгосрочного роста отрасли с высокой добавленной стоимостью.

## Ценность проекта

- Увеличение площади виноградников для развития сырьевой базы виноделия.
- Развитие фермерских хозяйств и малых предприятий.
- Наращивание объемов местной винодельческой продукции.
- Модернизация производства, внедрение современных технологий и улучшение качества местного вина.
- Рост внутреннего туризма и увеличение доходов местных жителей.
- Создание рабочих мест.
- Сохранение традиционных методов производства и передача знания будущим поколениям.

## Описание

Проект «Новороссийск — центр виноградарства и виноделия» направлен на поддержку реализации инвестпроектов, предполагающих увеличение площади виноградников, увеличение объемов производства местного винограда и качественной винодельческой продукции с защищенным географическим указанием и защищенным наименованием места происхождения. В Новороссийске за счет субсидий в 2024 году заложили порядка 141 га виноградников. Предоставленные субсидии позволили достичь значительных результатов — в 2025 году было собрано 15 500 т винограда. Этот показатель на 11% превысил результаты 2024 года, что свидетельствует об эффективности мер государственной поддержки отрасли. В 2025 году на субсидии выделено 80 млн руб. Урожайность виноградников является ключевым фактором для развития местного виноделия, обеспечивая сырьем винодельческие предприятия региона. Стоит отметить динамичный рост площадей виноградников в Новороссийске. На конец 2023 года общая площадь составляла 2034 га, а к концу 2024 года эта цифра увеличилась на 23%, достигнув 2507 га.



# Региональный проект «Вкус Белогорья»



- **Вызов**
- Отсутствие качественной и доступной уличной еды на основе местных продуктов и слабый уровень развития гастрономической культуры не позволяють формировать у жителей и гостей чувство сопричастности к локальному вкусу и поддерживать развитие региональной гастроиндустрии.

## Ценность проекта

- *Создание новых возможностей и рынков сбыта для местных производителей через системную поддержку со стороны региона.*
- *Тиражирование успешных форматов реализации уличной еды — мобильных фудтраков, которая продвигает историю, культуру и ценности региона.*
- *Формирование доступности локального гастропродукта для потребителей, туристов через развитие уличной еды региона.*

## Описание

«Вкус Белогорья» — первый для региона системный гастрономический проект, направленный на продвижение местных кулинарных традиций и развитие современной культуры уличной еды. Он стал площадкой, где начинающие и действующие предприниматели смогли представить свои концепции и доказать, что локальный продукт может быть основой ярких и конкурентоспособных гастрономических решений. Проект выстроен как полноценный трек развития. Сначала участники подавали свои бизнес-концепции и варианты меню, в которых не менее 65% ингредиентов должны были быть произведены в Белгородской области. Далее — практическая часть: конкурсанты переходили к приготовлению блюд, их дегустации и защите своих идей перед экспертами. По итогам оценки были определены финалисты, а затем и победители. Им предоставили гранты на покупку фудтраков и базового оборудования. Одним из условий участия стало обязательство на протяжении пяти лет присутствовать на региональных гастрономических фестивалях и городских событиях. Это обеспечило проекту живую экосистему: предприниматели получают стабильную площадку для работы, а регион — понятный механизм появления новых форматов и включения малого бизнеса в территориальное развитие.

На участие было подано более 500 заявок, 62 человека перешли на этап обучения, и семь победителей получили гранты в размере 5 млн рублей на покупку фудтраков и необходимого оборудования. В 2025 году Александр Шовгеня, предлагающий оригинальный продукт — слабожареную кулебяку, стал победителем Всероссийского фестиваля уличной еды.

Проект реализуется при поддержке Министерства экономики и промышленности Белгородской области, Министерства сельского хозяйства и продовольствия Белгородской области по поручению губернатора Вячеслава Гладкова.



# Программа «Предпринимательство Подмосковья»



- **Вызов**
- Потребность в развитии бизнес-среды для малого и среднего предпринимательства, создании условий для роста предприятий сферы общественного питания и повышении инвестиционной привлекательности региона за счет доступных мер финансовой и инфраструктурной поддержки.

## Ценность проекта

- *Снижение инвестиционных и административных издержек бизнеса.*
- *Ускорение запуска и развития гастрономических проектов.*
- *Рост объема инвестиций в модернизацию и инфраструктуру гастросферы региона.*

## Описание

Межведомственная комплексная программа Московской области, направленная на развитие малого и среднего бизнеса и повышение экономической устойчивости региона. Программа сочетает финансовые инструменты поддержки, меры по развитию инфраструктуры и сервисы, обеспечивающие качественную коммуникацию бизнеса и органов власти.

В рамках финансовой поддержки предприниматели могут получить льготные инвестиционные кредиты, микрофинансирование и компенсацию части затрат. В 2025 году предприниматели региона смогли компенсировать до 50% затрат по франшизе, до 180 тыс. рублей на открытие бизнеса безработными, а также возместить расходы на развитие онлайн-каналов – услуги маркетплейсов и создание сайта.

Программа предусматривает развитие торговой и гастрономической инфраструктуры, что создает условия для появления новых кафе, ресторанов, гастромаркетов и мобильных форматов питания.

Одним из ключевых инструментов стало создание сервиса «Путь инвестора». Каждому инвестору назначается персональный менеджер, который сопровождает проект на всех этапах: от подготовки документации до взаимодействия с органами власти. Такой подход позволяет существенно ускорить реализацию инициатив любого масштаба.

По итогам реализации программы 183 предприятия малого и среднего бизнеса получили поддержку из областного бюджета. Общий объем финансирования на приобретение оборудования и модернизацию производства составил 300 млн рублей, из которых 50 млн направлены на компенсацию затрат по лизингу.



|                     |                                                                       |                   |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион              | Автор проекта                                                         | Начало реализации |
| Республика Мордовия | Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Мордовия | 2024 год          |

# Гранты в форме субсидий на развитие семейных ферм в рамках приоритетных направлений агропромышленного комплекса и развития малых форм хозяйствования Республики Мордовия



- **Вызов**
- Решить проблему с безработицей на селе, увеличить долю малых фермерских хозяйств в сельскохозяйственном секторе региона с целью развития местной гастрономической культуры и агротуризма, сделать сельскую продукцию конкурентоспособной.

## Ценность проекта

- Поддержка и развитие малых форм хозяйствования как основы жизнеспособности села.
- Повышение привлекательности жизни в сельской местности для населения региона.
- Рост вклада фермеров в показатели АПК республики: малые формы хозяйствования производят 15% валового продукта сельского хозяйства.
- Обеспечение продовольственной безопасности республики: регион полностью обеспечивает свой потребительский спрос на рынке по мясу, молоку, яйцу и овощам, а также экспортирует продукцию в другие регионы.

## Описание

Вместе с пищевой и перерабатывающей промышленностью АПК занимает почти четверть экономики региона. В рамках поддержки семейных форм хозяйствования правительство возмещает фермерам до 60% затрат, понесенных в текущем финансовом году. Максимальный размер гранта в форме субсидий – 20 млн рублей на одну семейную ферму – для приобретения сельскохозяйственных животных (за исключением свиней) и птицы, мальков рыб, а также оборудования для производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции. Кроме того, субсидии предназначены для обустройства автономных источников водоснабжения, покупки и монтажа сельскохозяйственной техники и специализированного транспорта.

Хозяйства, претендующие на получение гранта, должны обеспечить ежегодный прирост объема произведенной и реализованной сельскохозяйственной продукции в течение пяти лет с года получения гранта. Прирост должен быть не менее 8% к предыдущему году. Это стимулирует сельчан увеличивать поголовье животных и объемы производства продукции.

За девять месяцев 2025 года в рамках развития агропромышленного комплекса Республики Мордовия было выдано два гранта на развитие семейных ферм на сумму 22,5 млн рублей. Начиная с 2012 года, в республике на поддержку малых форм хозяйствования на селе направлено свыше 2,1 млрд руб. грантовой поддержки, 600 кооперативов и фермеров получили господдержку, было создано более 1000 дополнительных рабочих мест.



Ценовое предложение

Регион  
Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО)

Автор проекта  
Администрация Ямальского района ЯНАО

Начало реализации  
2025 год

Субсидии на финансовое обеспечение затрат юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, оказывающим услуги общественного питания на территории муниципального округа Ямальский район Ямало-Ненецкого автономного округа



- **Вызов**
- Развитие гастрономического потенциала и ресторанной инфраструктуры как один из способов повышения качества жизни в арктических регионах.

Ценность проекта

- *Создание условий для развития бизнеса в регионе со сложными инфраструктурными условиями.*
- *Снижение кадровых и финансовых барьеров для предприятий.*
- *Формирование кадрового потенциала за счет обязательства о расширении рабочих мест.*



Описание

Благодаря программе субсидий на финансовое обеспечение затрат, предприниматели, оказывающие услуги общественного питания на территории муниципального округа Ямальский район Ямало-Ненецкого автономного округа, могут возместить до 95% плановых затрат, возникших с 1 января текущего года. Соответствующее постановление Администрации Ямальского района Ямало-Ненецкого автономного округа вступило в силу 29 апреля 2025 года. Объем предоставляемого финансирования по результатам составил 3,3 млн рублей.

Программа позволяет покрыть расходы на оплату труда с учетом районного коэффициента, уплату страховых взносов во внебюджетные фонды и налоговых платежей, услуги банка, транспортные издержки по доставке сырья и товарно-материальных ценностей, ремонтные работы, техническое обслуживание оборудования, а также приобретение кухонного оборудования и мебели для объекта общественного питания. Дополнительно предусмотрены субсидии на закупку программного обеспечения и его сопровождение.

Одно из условий получения субсидий — обязательство предпринимателя в течение 24 месяцев осуществлять деятельность в сфере общественного питания и гостиничного дела, а также создать не менее одного нового постоянного рабочего места до 31 декабря текущего года, в котором получена субсидия. Благодаря этому решается проблема кадров и повышается качество обслуживания. Рестораторы получают дополнительную мотивацию закупать качественные региональные продукты и обеспечить финансовую устойчивость предприятий в регионе, где плотность населения 0,68 чел./км².

|                     |                                          |                   |
|---------------------|------------------------------------------|-------------------|
| Регион              | Автор проекта                            | Начало реализации |
| Сахалинская область | Министерство туризма Сахалинской области | 2022 год          |

# Субсидии на развитие туризма в Сахалинской области



- **Вызов**
- Необходимость формирования условий для роста малого и среднего бизнеса, создания современных туристических пространств и развития гастрономической инфраструктуры, что напрямую влияет на качество туристического продукта региона и позволяет снижать финансовые барьеры для предпринимателей.

## Ценность проекта

- Стимулирование предпринимательской активности и развитие малого и среднего бизнеса в сфере туризма.
- Сокращение издержек предпринимателей на продвижение проектов.
- Снижение финансовых барьеров и рост инвестиционной привлекательности территории.
- Формирование конкурентоспособного туристического продукта Сахалинской области.

## Описание

Система возмещения затрат по инвестиционным проектам и практика финансовой поддержки туристических проектов реализована в регионе в рамках постановления Правительства Сахалинской области от 14.09.2022 № 411. На конкурсной основе предприниматели (юридические лица и ИП) получают субсидии, которые покрывают затраты на создание общественных пространств в Сахалинской области: организацию пляжей на берегах морей, рек и озер, создание национальных маршрутов, а также на развитие инфраструктуры общественного питания как неотъемлемой части туристической отрасли.

Для участия в отборе нужно предоставить бизнес-план и финансовую модель, а затем подтвердить расходы перед отраслевым органом. Специалисты центра «Мой бизнес» помогают предпринимателям разобраться в правилах подачи документов. Грантовая поддержка государства составляет 70%. Предпринимателю необходимо обеспечить реализацию проекта из собственных средств в размере не менее 30% от запрашиваемой суммы субсидии. Это условие мотивирует участников и привлекает бизнесменов, действительно увлеченных проектом. Также в регионе предусмотрены субсидии на возмещение части затрат на участие МСП в международных, межрегиональных и областных конференциях, фестивалях, конкурсах, выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, что сокращает издержки предпринимателей на продвижение их проектов.

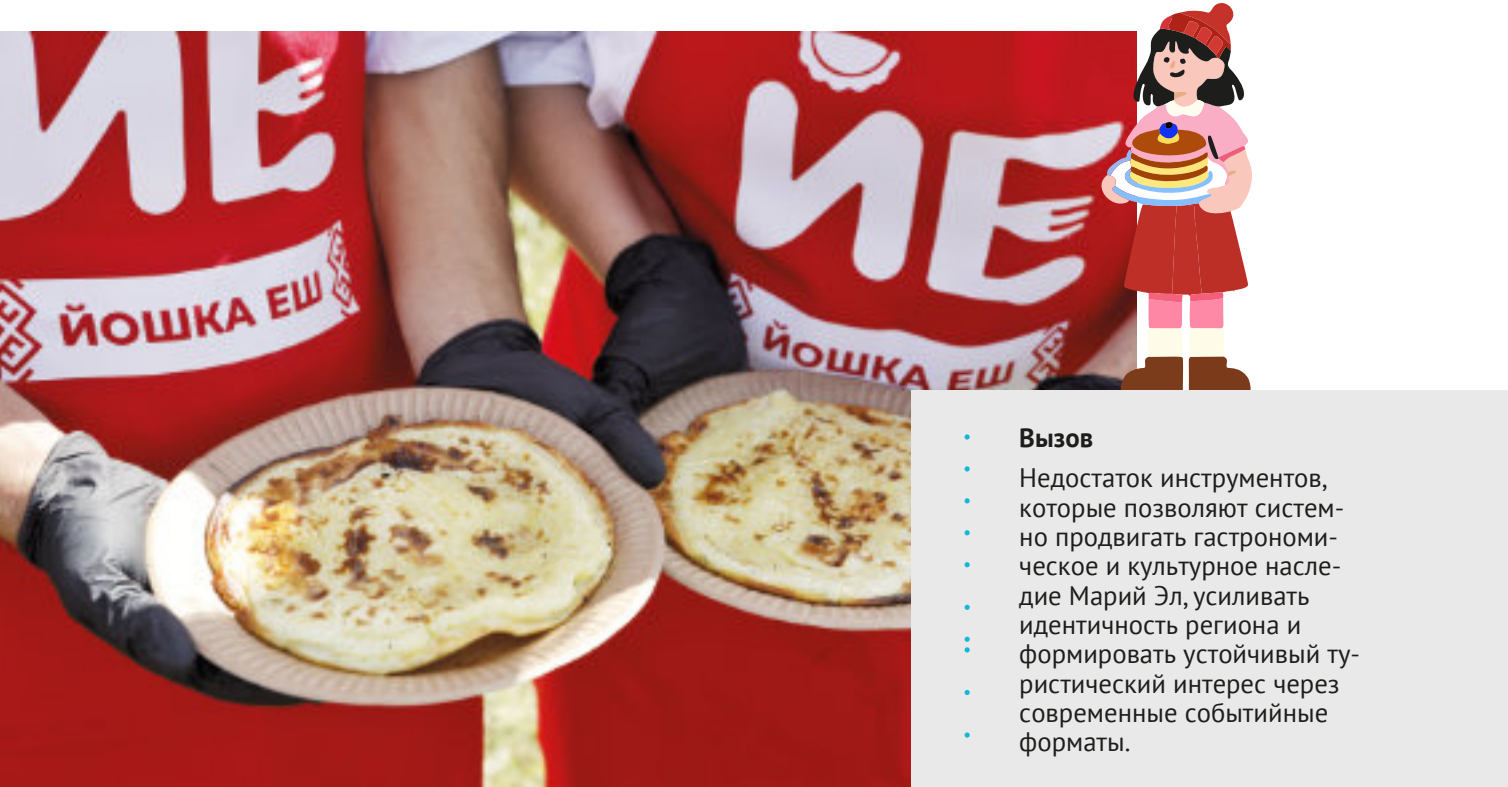
Первые грантовые средства регион получил в 2022 году, в 2024 году с учетом федерального и регионального бюджетов общий объем выделенных средств составил 55,3 млн рублей.



Ценовое предложение

|                        |                                                                                                                                                       |                   |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион                 | Автор проекта                                                                                                                                         | Начало реализации |
| Республика<br>Марий Эл | Агентство по развитию туризма<br>Республики Марий Эл при<br>Министерстве промышленности,<br>экономического развития и<br>торговли Республики Марий Эл | 2023 год          |

# Межрегиональный гастрономический фестиваль «Йошка Еш»



- **Вызов**
- Недостаток инструментов, которые позволяют системно продвигать гастрономическое и культурное наследие Марий Эл, усиливать идентичность региона и формировать устойчивый туристический интерес через современные событийные форматы.

Ценность проекта

- Признание фестиваля отраслевым туристическим сообществом как знакового события для сохранения гастрономической культуры региона.
- Формирование привлекательного гастрономического бренда региона и обеспечение туристического потока.
- Создание платформы для продвижения культурного кода региона, развития гастротуризма и поддержки местных производителей продуктов.

Описание

«Йошка Еш» – ежегодный межрегиональный гастрономический фестиваль, где гости знакомятся с культурой и кухней Поволжья, пробуя традиционные блюда, приготовленные шеф-поварами из местных продуктов. Мероприятие проходит при поддержке федерального проекта «Гастрономическая карта России». За два дня фестиваля повара знакомят участников со вкусом национальных традиционных блюд в регионе.

Фестиваль «Йошка Еш» создает образ Республики Марий Эл как привлекательного направления для гастрономического туризма. С каждым годом география участников увеличивается. В 2025 году мероприятие проводилось в третий раз, приехали 50 повара из 12 регионов России. Впервые посетили республику представители Мурманска, Камчатки, Карелии, Якутии, Дагестана и Хакасии.

Разнообразная программа включает в себя не только дегустации блюд, но и рассказы о культуре и быте народа мари, потомков древнего населения Среднего Поволжья, мастер-классы и активности для детей, выступления артистов, музыкальных этно- и фолк-групп, спортивные игры и многое другое.

В 2025 году в мероприятии приняли участие 12 регионов России и 50 мастеров кулинарного искусства. Более 35 000 порций национальных блюд и напитков было реализовано за два дня фестиваля.

Фестиваль проводится в рамках реализации национального проекта «Туризм и гостеприимство», субсидируемого Министерством экономического развития Российской Федерации с целью поддерживать и развивать события, привлекающие туристов в регионы.



# Ключевые шаги региона по формированию ценового предложения

## 1. Провести анализ факторов, влияющих на стоимость гастрономического продукта

Определить ключевые элементы, формирующие цену: логистику, себестоимость сырья, доступность переработки, аренду, энергоемкость процессов, кадровые расходы и инвестиционные барьеры.

Анализ проводится на основе данных региональных ведомств, опросов бизнеса и оценки цепочек поставок.

Результат — перечень факторов, на которые регион может воздействовать для формирования доступного и устойчивого ценового предложения.

## 3. Развивать инфраструктуру, уменьшающую себестоимость и повышающую доступность продукта

Создавать и поддерживать инфраструктуру, способствующую снижению затрат бизнеса:

- локальные производственные площадки и центры переработки;
- городские гастроплощадки и пространства уличной еды;

## 2. Разработать систему финансовых инструментов, снижающих издержки бизнеса

Сформировать меры поддержки, направленные на уменьшение тех затрат, которые наиболее сильно влияют на конечную цену продукта. Регион может применять:

- субсидии на приобретение оборудования и модернизацию;
- грантовую поддержку гастропроектов и пищевых производств;
- компенсацию части затрат (логистика, аренда, коммунальные услуги);
- льготные кредиты для малого и среднего бизнеса.

Эти инструменты позволяют снижать себестоимость и увеличивать доступность гастрономического предложения.

- туристические и событийные площадки, увеличивающие спрос;
- улучшение условий снабжения и логистики внутри региона.

Инфраструктурные решения помогают оптимизировать процессы, увеличивать объемы производства и обеспечивать стабильность цен.

## 4. Развивать меры нефинансовой поддержки, повышающие эффективность бизнеса

Создавать условия, при которых предприниматели могут снижать неэффективные издержки и повышать качество продукта. Нефинансовые инструменты включают:

- образовательные программы для рестораторов и производителей;
- консультации по технологическим процессам, ценообразованию и закупкам;
- продвижение проектов, использующих локальные продукты;
- развитие систем профессиональной подготовки кадров;
- внедрение региональных знаков качества.

Чем выше компетенции бизнеса, тем устойчивее его ценовая модель.

## 6. Формировать разнообразие гастрономических форматов и уровней доступности

Поддерживать развитие широкой линейки предложений от бюджетных и повседневных форматов до концептуальных проектов, работающих с локальными продуктами и современными гастрономическими подходами. Это включает:

- доступные точки питания (рынки, фудтраки, городские гастроплощадки);
- повседневные кафе и локальные сети;
- авторские концепции, усиливающие привлекательность региона.

Разнообразие форматов обеспечивает сбалансированное ценовое предложение и делает гастрономию доступной для различных групп жителей и туристов.

## 5. Содействовать участию бизнеса в межрегиональных и международных мероприятиях

Создавать условия для представления региональных продуктов и гастропроектов на внешних площадках: выставках, фестивалях и форумах. Это позволяет:

- расширять рынки сбыта;
- увеличивать объемы производства;
- привлекать партнеров и инвесторов;
- повышать узнаваемость региона.

Рост спроса и масштабирование производства помогают снижать удельную себестоимость продукта.

## 7. Обеспечить прозрачную коммуникацию мер поддержки и вовлечение бизнеса

Регулярно сообщать профессиональному сообществу о доступных инструментах, критериях участия и результатах их применения.

Прозрачность повышает доверие и стимулирует участие бизнеса, создавая устойчивую среду для формирования ценового предложения.



# Региональная политика

Раздел «Региональная политика» включает количественные характеристики деятельности региональных властей по улучшению экономических и социальных условий жизни населения. Одним из ключевых направлений является развитие гастрономической индустрии и гастротуризма, способствующих созданию новых рабочих мест, повышению инвестиционной привлекательности и укреплению имиджа региона. Политика направлена на поддержание малого и среднего бизнеса, улучшение инфраструктуры и создание благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности в сфере гастрономии. Ожидаемые результаты включают рост благосостояния граждан, привлечение туристов и укрепление позиций региона на национальном и международном уровнях.



# Стратегический план развития Мурманской области до 2030 года «На Севере — жить!»



- **Вызов**
- Сформировать положительный имидж региона для жителей и туристов с помощью региональной гастрономии как инструмента развития региона и успешный способ «оживить» северные территории России, превратив их в зону комфорта.

## Ценность проекта

- *Создание и продвижение бренда «Арктическая кухня» как составляющей общего образа региона во внешнем поле.*
- *Формирование устойчивого спроса на локальные продукты как среди местных жителей, так и среди туристов.*

## Описание

Успех стратегии «На Севере — жить!» в системном подходе. На первом этапе было собрано 500 000 предложений от местных жителей. На их основе сформулирован мастер-план и план действий, чья ключевая цель — переломить отток населения за счет повышения качества жизни, создания комфортных условий для молодежи, развития экономики, малого и среднего бизнеса, модернизации системы образования. При этом качество жизни в стратегии рассматривается не только как инфраструктура и бытовой комфорт, но и как среда, формирующая привязанность людей к своему месту. Это включает культуру, идентичность, локальные традиции — все, что делает регион особенным и привлекательным.

Именно поэтому в стратегию органично вошло развитие бренда «Арктическая кухня» — направления, которое продвигает ценность местных продуктов и кулинарных традиций, усиливает узнаваемость региона и привлекает туристический поток.

Чтобы интегрировать бренд в уже существующую туристическую инфраструктуру. Правительство Мурманской области сделало акцент на образовательной части. Были созданы курсы по обучению гидов в сфере гастрономического туризма, школа горничных, разработаны буклеты с перечислением местных продуктов и блюд для туристов. Проведены обучающие мероприятия для представителей профессионального туристического сообщества, где эксперты давали практические советы по развитию гастрономического туризма и новых маршрутов, созданных под запросы гастрономических туристов.

Результатом многолетнего системного развития стал рост туристического потока в 2,5 раза. По данным Ассоциации туроператоров (АТОР), Мурманская область вошла в топ-10 популярных направлений в России зимой сезона 2024/2025. Каждый третий арктический турист выбирает этот регион для своего путешествия.



**Регион**  
Белгородская  
область

**Автор проекта**  
кандидат философских наук  
Валентин Котеля, при  
поддержке ГБУК «Белгородский  
государственный центр  
народного творчества»

**Начало реализации**  
2021 год

# Книга «Традиционная кухня Белгородской области»



- **Вызов**
- Развитие самосознания и идентичности жителей региона через уникальные гастрономические особенности каждой деревни и города, а также выведение гастрономических исследований на новый уровень, повышение интереса к ним у специалистов.

## Ценность проекта

- Первая книга, посвященная традиционной кухне региона.
- Новый формат, который позволил использовать уже существующие исследования Белгородского государственного института искусств и культуры и Центра народного творчества в качестве эффективного инструмента продвижения региона как привлекательного места для жизни.
- Сохранение кулинарных традиций и их популяризация как объектов нематериального культурного наследия региона.

## Описание

«Традиционная кухня Белгородской области» — книга традиционных рецептов, кулинарных техник и обрядов, записанных со слов старожилов сел и деревень Белгородской области. Для сбора информации Центром народного творчества был организован экспедиционный проект, длившийся с марта по май 2021 года. Выявлены характерные направления для местной гастрономии — это выпечка и каши. Книга написана так, что ее интересно читать как профессиональной, так и широкой аудитории. Проект реализован на средства гранта. Первый тираж — 1000 экземпляров — передан в библиотеки области. Презентация книги проведена в ресторане Белгорода в формате дегустации ключевых блюд региона. Таких, как колдуны, душеники, затирка, лапшовник, лялюшки, кнышики, лыпяныкы. Колдуны вошли в постоянное меню ресторана. В планах — оцифровать рецепты и создать электронную версию книги, доступную для всех желающих.

В ходе фольклорных экспедиций изучены 14 районов области. В результате создана основа для развития гастрономического потенциала региона. Описаны ключевые блюда, продукты, зафиксированы традиционные кулинарные техники, которые можно переформатировать и использовать в ресторанной отрасли.



# Программа «Уроки вкуса» для школьников



## Вызов

- Формировать у детей и подростков понимание гастрономической культуры региона как части истории, идентичности и экономики территории, а также выстраивать раннюю профориентацию в сфере гастроиндустрии и гастрономического туризма. Заложить интерес к локальным продуктам, профессиям отрасли и осознанному отношению к еде на уровне школьного образования.

## Ценность проекта

- *Формирование у школьников интереса к гастрономической культуре региона и осознания ее связи с историей и идентичностью территории.*
- *Ранняя профориентация и знакомство с профессиями гастроиндустрии и гастрономического туризма.*
- *Воспитание культуры осознанного потребления и уважения к локальным продуктам.*
- *Создание тиражируемой образовательной методики для регионов.*

## Описание

Образовательный практический курс для школьников по калининградской кухне, чья цель — познакомить детей с продуктами и блюдами, характерными для места их проживания, сформировать интерес к истории региона через доступный язык кулинарии, а также раскрыть потенциал гастрономической отрасли, привлечь туда будущих профессионалов. Бонусом курса, как следствие вдохновляющих лекций, идет смена пищевых привычек в сторону более разнообразного и правильного питания детей и их родителей.

Теоретико-практический курс разработан специалистами кафедры технологии продуктов питания Калининградского государственного технического университета (КГТУ) и объединением Street Food Russia (юридическое наименование КРОО «Среда») в рамках работы Комитета по гастрономическому туризму РСТ и при поддержке Фонда президентских грантов.

Лекции читают преподаватели вузов и профильные специалисты. Они рассказывают школьникам об исторической подоплеке появления и развития гастрономических производств, а также о специфике локальных продуктов. Практические занятия проводят шеф-повара лучших ресторанов региональной кухни. Дети готовят вместе с ними знаковые местные блюда.

По итогам курса разработан познавательный справочник, в котором перечислены основные продукты Калининградской области. Методология «Уроков вкуса» основана на единых образовательных принципах и подходах, при этом содержание программы формируется с учетом гастрономических традиций, локальных продуктов и культурного контекста конкретного региона. Проект уже был реализован в Сахалинской области и может быть адаптирован для других субъектов Российской Федерации с наполнением, отражающим их региональную специфику.



# Урок «Технология приготовления изделий из пресного теста в Пермском крае»



## Вызов

Сформировать представление об особенностях и способах приготовления блюд народов Пермского края у школьников, сохранить культурные особенности и традиции в области региональной гастрономии.

## Описание

Методическая разработка урока «Технология приготовления изделий из пресного теста в Пермском крае» изначально создана для учеников 7-го класса, но материалы могут быть использованы шире, в частности на краткосрочных курсах «Гастрономический тур по Пермскому краю».

## Ценность проекта

- Создание и запуск полноценного курса занятий, который способствует изучению локальной культуры и истории.
- Получение школьниками практических навыков по приготовлению традиционных блюд.



Содержание урока решает несколько задач, среди которых — сформировать представление об особенностях и способах приготовления блюд из пресного теста народов Пермского края. Что такое посикунчики, ушки, перепечи, и чем они отличаются друг от друга? Что общего в питании пермяков из прошлого и современников, которые готовят блюда из пресного теста, применяя технологический опыт прошлого? Помимо кулинарных рецептов на занятии учащиеся учатся развивать разные полезные навыки: собирать факты, анализировать полученную информацию, работать в команде, аргументировано выражать собственное мнение.

В традиционной культуре питания пермяков выпечка занимала важное место, многие века это был обязательный элемент стола. С развитием народной кулинарии возросло и многообразие видов выпечки, а с приходом новых технологий приготовления еды и использованием современных продуктов появилось поле для экспериментов. Изучая историю и традиции коми-пермяков и других народов Пермского края через еду, дети учатся бережно относиться к традициям края, ценить уникальность своей культуры.

Идея этой методической разработки может быть использована на кратких двухчасовых курсах по Пермскому краю, среди которых:

- мини-проект «Гастрономический тур по Пермскому краю»;
- практическое занятие «Приготовление ушков из сухих грибов»;
- практическое занятие «Приготовление посикунчиков»;
- практическое занятие «Приготовление перепечей с пистиками (полевым хвощом)».

# Арктическое меню в школьных столовых Мурманска



- **Вызов**
- Привить навыки здорового питания с учетом полноценного и сбалансированного рациона, характерного для конкретного региона, а также популяризировать локальную кухню и продукты среди местных жителей с раннего возраста.

## Ценность проекта

- *Разработка и внедрение стандарта питания для школьных столовых с учетом местных продуктов и природных особенностей.*
- *Формирование и продвижение понятия «Арктическое меню».*
- *Популяризация локальной кухни и продуктов среди жителей региона, сохранение традиций в гастрономической культуре.*

## Описание

Проект «Арктическое меню» объединяет современный подход к здоровому питанию с культурным наследием Севера. В нем школьный рацион становится частью образовательной среды: дети узнают вкус своего региона, учатся выбирать полезное и понимать ценность арктических продуктов. Именно из этой идеи в 2021 году, в рамках регионального плана «На Севере — жить!» и по инициативе губернатора Андрея Чибиса, был создан проект «Арктическое меню». Для него эксперты Института отраслевого питания совместно с одним из ведущих рестораторов Москвы разработали региональный стандарт школьного питания, адаптированный к условиям и продуктовой базе арктической зоны.

Меню школьника-северянина теперь состоит из блюд, созданных из местных продуктов. Основные элементы — выращенная в природной среде оленина и местная рыба. Излюбленный обед школьников Кольского района — нежные биточки, для приготовления которых используются, помимо фарша из оленины, тертый лук, куриное филе и немного замоченного в молоке хлеба. А на десерт — выпечка с брусничной или черничной и компот из арктических дикоросов.

Принятый стандарт позволяет научить детей формировать правильные пищевые привычки, что в дальнейшем будет способствовать сохранению здоровья и увеличению продолжительности жизни населения в регионе.

По данным на сентябрь 2025 года, во всех школах Мурманской области по проекту «Арктическое меню» есть блюда из местных продуктов. Блюда из рыбы и ягод — в 100% школ, а блюда из оленины есть в образовательных учреждениях 15 из 17 муниципалитетов (оленину не подают в школах ЗАТО Островной и Ковдорского округа).



|                    |                                                                                          |                   |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Регион             | Автор проекта                                                                            | Начало реализации |
| Все регионы России | Министерство сельского хозяйства Российской Федерации при поддержке Правительства Москвы | 2020 год          |

# Гастрономический фестиваль «Вкусы России»



- **Вызов**
- Познакомить широкую аудиторию с многообразием вкусов России, показать потенциал развития региональных брендов продуктов питания, создать новые точки роста и развития для сельскохозяйственных территорий регионов России.

## Ценность проекта

- Демонстрация самобытных продуктов регионов, которые составляют гордость не только отдельных территорий, но и страны в целом.
- Развитие культуры потребления фермерских продуктов.
- Поддержка интереса к гастрономическому и сельскому туризму.
- Формирование образа регионов через гастроиндустрию.

## Описание

Гастрономический фестиваль «Вкусы России» — часть масштабной программы продвижения региональных брендов продуктов питания, которую Министерство сельского хозяйства проводит по поручению президента Российской Федерации с 2020 года. До 2021 года он проходил в формате конкурса и собирал более 700 региональных брендов, а в 2022 году трансформировался в Национальный гастрономический фестиваль «Вкусы России».

За десять дней фестиваля каждый регион показывает свое гастрономическое богатство через знакомство с локальными брендами и людьми, которые все это создают. Возможно несколько форматов участия для региона: домик с национальной кухней на фуд-корте ресторанного двора, место с крафтовыми продуктами на ярмарке региональных брендов, интеграция в мастер-классы и культурные события на площадке мероприятия, партнерская поддержка специальных треков программы.

Важно, что участие в фестивале для фермеров и локальных производителей бесплатное. Также на время проведения мероприятия организаторы безвозмездно предоставляют склады для хранения продукции. Это позволяет привлечь производителей из дальних уголков страны и дать самую широкую гастрономическую панораму России для посетителей.

В 2025 году гастрономический фестиваль «Вкусы России» объединил на ВДНХ 378 производителей из 75 регионов. Всего было продано более 80 т продукции.



# Балтийская кухня



### Вызов

- Сформировать региональную гастрономическую идентичность. Отсутствие единой концепции для сферы гостеприимства, объединяющей локальные продукты и современные гастро-подходы.

### Ценность проекта

- Формирование нового бренда региона через локальную кухню и гастрокультуру.
- Регистрация нового регионального бренда, который способствует привлечению туристов.
- Поддержка качественного уровня местных представителей гастроиндустрии.

### Описание

Запатентованный бренд «Балтийская кухня» создан для продвижения гастрономической культуры Калининградской области, где сочетаются немецкие, литовские, польские и русские традиции. Эклектичность местной кухни отражает историю региона: здесь есть и блюда из восточно-прусской кухни, и адаптированные польские и литовские блюда. По замыслу создателей бренда, балтийская кухня должна ассоциироваться именно с Калининградской областью, а не с другими странами Балтийского моря. Символом современной балтийской кухни стала камбала, официально выбранная для изображения на логотипе.

Рестораны региона могут использовать бренд «Балтийская кухня» бесплатно. Главное условие — подписание манифеста, в котором зафиксированы основные ценности «Балтийской кухни». Манифест, созданный Балтийской высшей школой гастрономии с ресторатором Максимом Ткачевым, во главу всего ставит принципы сезонности меню, оригинальной подачи блюд и высоких стандартов кулинарной этики.

Те рестораны, где уже готовят из местных продуктов и продвигают идеологию локальной кухни, получили знаки отличия — наклейки с изображением рыбы. Такой знак на дверях заведений работает как маркер: здесь можно попробовать местные специалитеты! Например, строганину из пелагиды, копченого угря и шашлык из угря.

Существует два типа знаков. Первый — «Балтийская кухня. Туристическая достопримечательность» — вручается тем заведениям, где практически все позиции готовят из местных продуктов. Второй тип знака — «Балтийская кухня». Его получают те рестораны, где представлены блюда разных кухонь, но они используют местные продукты и продвигают локальную гастрономию. В 2025 году более 15 предприятий общественного питания подписали манифест и удостоены знака отличия «Балтийская кухня».



# Московские ярмарки



**Вызов**

- Расширить продуктовое предложение для жителей и гостей региона, обеспечить свободный доступ к фермерским продуктам и товарам локальных производителей.

**Ценность проекта**

- *Создание удобных, безопасных и доступных площадок для приобретения продуктов.*
- *Развитие нового формата ярмарочной культуры.*
- *Обеспечение качественного уровня торговли через утверждение регионального стандарта для проведения ярмарок.*

**Описание**

Традиции московских ярмарок насчитывают много веков. На них люди не только продавали товар, но и обменивались информацией. Современные ярмарки в Москве были запущены в 2001 году, а с 2016 года они проходят круглый год, по сути, сохраняя все те же экономическую и социальную функции. Изменился масштаб. Теперь — это миллионы покупателей ежегодно.

Заявки на участие в ярмарках выходного дня принимаются от тех, кто ведет личное подсобное хозяйство, занимается садоводством и огородничеством или возглавляет фермерское хозяйство, а также индивидуальных предпринимателей или юридических лиц. Еще один формат — межрегиональные ярмарки. Они проходят в Москве на круглогодичной основе и способствуют развитию и укреплению торгово-экономического сотрудничества с регионами России и государствами — участниками СНГ.

Московские ярмарки представляют гастрономическое разнообразие многонациональной страны и государств-партнеров. Они помогают производителям товаров расширить рынок сбыта, а москвичам и гостям столицы — приобрести широкий ассортимент фермерской продукции по привлекательным ценам. Торговые места на ярмарках город выделяет на безвозмездной основе. Все прилавки оснащены оборудованием в соответствии с товарной группой: мясо и рыба, овощи и фрукты.

На конец 2025 года в Москве работает более 40 ярмарок выходного дня, а на межрегиональных ярмарках представлена продукция из 38 регионов России и трех государств — участников СНГ. Объем реализованной продукции увеличивается быстрыми темпами: в 2024 году вырос на 37% по сравнению с предыдущим годом и достиг 16 000 т.



# Южноуральская кухня на спортивных мероприятиях



## Вызов

- Придать дополнительный импульс развитию гастрономии Южного Урала через увеличение точек касания с потребителями и поиск новых каналов сбыта для местных производителей и рестораторов.

## Ценность проекта

- Популяризация блюд локальной кухни через объединение гастрономии, спорта и истории региона.
- Введение локальных блюд в меню массовых мероприятий на постоянной основе.
- Формирование и продвижение современного образа южноуральской гастрономии в сознании потребителей.

## Описание

В Челябинске 20 сентября 2025 года провели смелый гастрономический эксперимент в рамках развития гастрономии на Южном Урале и при поддержке правительства области. Болельщики, пришедшие на футбольный матч, смогли вместо привычного фаст-фуда приобщиться к авторским блюдам южноуральской кухни.

Первым спортивным мероприятием в рамках эксперимента стала игра одиннадцатого тура Лиги PARI с участием футбольного клуба «Челябинск» и московской команды «Родина» на стадионе «Центральный». В специальное меню, которое подготовили шеф-повара Челябинска для спортивных болельщиков, вошли исключительно блюда уральской аутентичной кухни. Шанежка с жареной курицей и уральским соусом, озерник с филе судака и соусом из каленых яиц, а на десерт – сладкий хворост с кремом из сгущенки и малиновым вареньем с чаем из южноуральских трав.

Старт эксперимента с южноуральской кухней на спортивных мероприятиях был успешным – футбольный клуб принимающей стороны при поддержке болельщиков в этот день одержал уверенную победу со счетом 4:0.

Практика, когда регион внедряет блюда аутентичной кухни в меню на массовых спортивных мероприятиях, не только расширяет ассортимент площадки, но и знакомит гостей с гастрономической культурой региона, когда через локальную кухню передается история и традиции Южного Урала. Сегодня в Челябинске прорабатывается вопрос по дальнейшему расширению проекта и внедрению аутентичных блюд на хоккейные матчи и другие спортивные мероприятия.



| Регион            | Автор проекта                                                                                                                                         | Начало реализации |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Красноярский край | Правительство Красноярского края, Сибирский федеральный университет, Институт гастрономии Сибирского федерального университета (Gastronomy Institute) | 2022 год          |

# Всероссийский форум гостеприимства Gastro Forum



**Вызов**

- Потребность в системном мероприятии, которое помогает отрасли развиваться, обновляться и искать решения на стыке гастрономии, туризма, образования и технологий.

**Ценность проекта**

- *Позиционирование Красноярского края как лидера в индустрии гостеприимства через создание авторитетного для отрасли делового события.*
- *Создание площадки для совместной работы профессионалов, бизнеса и науки в сфере гостеприимства в целях ее развития и трансформации на базе региональных образовательных организаций.*
- *Продвижение продуктов и кухни региона через различные форматы в рамках мероприятия.*

**Описание**

Всероссийский форум гостеприимства Gastro Forum — междисциплинарное событие и платформа для создания новых проектов, где встречаются эксперты и профессионалы в индустрии гастрономии и гостеприимства. Форум в Красноярске возник в рамках стратегического проекта «Гастрономия и промышленное сити-фермерство» — программы развития Сибирского федерального университета (СФУ) на 2021–2030 годы.

Структура мероприятия так же разнообразна, как и отрасль гостеприимства. Деловая программа с экспертными площадками, разнесенными по направлениям: ресторанный и гостиничный бизнес, туризм и региональное развитие. Дискуссионные встречи по научно-исследовательским проектам пищевой индустрии дополняет образовательная программа для профессионалов и новичков отрасли, где мастер-классы проводят лидеры индустрии, а панельные дискуссии и встречи проходят с экспертами-практиками.

В 2025 году на форуме презентовали лабораторию сити-фарминга, технологичных способов ведения сельского хозяйства в условиях мегаполиса. В рамках форума шеф-повара популярных ресторанов Красноярска показывают работу в формате авторских сет-меню, нативным образом продвигая продукты и кухню региона.

Ежегодно мероприятия форума в течение трех дней работы посещают более 1000 участников. Проект реализуется при поддержке Национального проекта «Туризм и гостеприимство».



# Ключевые шаги региона для формирования региональной политики

## 1. Определить стратегический приоритет развития гастроиндустрии

Зафиксировать гастрономию как стратегическое направление регионального развития:

- в документах планирования;
- в отраслевых стратегиях;
- в межведомственных программах.

Это обеспечивает устойчивость курса и согласованность управленческих решений.

## 3. Сформировать ценностный и смысловой каркас региональной гастрополитики

Определить принципы, которые будут лежать в основе решений региона:

- локальность и аутентичность;
- устойчивое развитие;
- поддержка малого и среднего бизнеса;
- повышение качества питания и гастрономической культуры;
- укрепление территориальной идентичности.

Принципы обеспечивают смысловую связность всей политики.

## 2. Сформировать межведомственную систему управления гастроиндустрией

Определить координатора и создать рабочую структуру, обеспечивающую взаимодействие между ключевыми участниками:

- органами власти;
- ресторанами и производителями;
- туристическим сектором;
- образовательными организациями;
- отраслевыми ассоциациями.

Цель — синхронизировать деятельность всех сторон и обеспечить комплексный подход.

## 4. Создать условия для появления и развития инвестиционных проектов в гастроиндустрии

Региональная политика должна стимулировать формирование современной гастрономической инфраструктуры:

- гастрономические пространства и центры притяжения;
- фермерские и ремесленные производства;
- туристические объекты с гастрономическим содержанием;
- современные форматы уличной еды.

Этот шаг усиливает экономику региона и расширяет туристическое предложение.

## 5. Развивать региональные меры нефинансовой поддержки гастроиндустрии

Формировать механизмы, которые повышают качество отрасли и стимулируют участие бизнеса:

- конкурсы, фестивали, профессиональные сессии;
- методическая помощь и экспертное сопровождение;
- региональные знаки качества;
- поддержка событий, продвигающих локальную кухню.

Эти меры создают признание, вовлеченность и единое культурно-гастрономическое поле.

## 7. Развивать межрегиональное и международное сотрудничество

Создавать условия для обмена опытом, развития компетенций и продвижения региона:

- участие в форумах, выставках, гастрономических проектах;
- совместные программы с регионами России;
- обмен опытом в сфере гастротуризма и локальных продуктов.

Это расширяет возможности региона и укрепляет его позиционирование.

## 9. Сформировать нормативно-правовые условия, поддерживающие развитие гастроиндустрии

Обновить или разработать документы, которые закрепляют:

- меры поддержки предпринимателей;
- условия участия в региональных программах;
- механизмы интеграции локальных продуктов в разные сферы;
- регламенты межведомственного взаимодействия.

Нормативная база обеспечивает предсказуемость решений и защищенность бизнеса.его позиционирование.

## 6. Развивать просветительские и образовательные инициативы в сфере гастрономии

Региональная политика должна включать работу с будущими кадрами и будущими потребителями:

- программы для школьников и студентов;
- проекты, рассказывающие о локальных продуктах и культуре питания;
- вовлечение образовательных организаций в развитие гастрономической темы;
- формирование учителей понимания ценности местных продуктов.

Это создает устойчивый спрос и формирует гастрономическую культуру внутри региона.

## 8. Обеспечить системную коммуникацию и вовлечение жителей и бизнеса

Публично и регулярно рассказывать о целях и результатах региональной политики:

- бизнесу;
- жителям региона;
- профессиональным сообществам;
- федеральным партнерам.

Прозрачность усиливает доверие, снижает барьеры и стимулирует участие.

## 10. Разработать региональную дорожную карту развития гастроиндустрии

Определить:

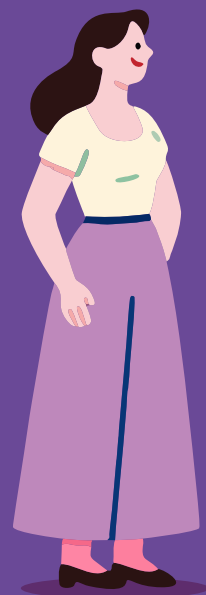
- цели и приоритеты;
- мероприятия и ответственных исполнителей;
- необходимые ресурсы;
- механизмы мониторинга и оценки.

Дорожная карта позволяет переводить политику из деклараций в управляемый процесс.



# Продвижение и маркетинг

Раздел «Продвижение и маркетинг» охватывают показатели, характеризующие действия региона по раскрытию уникальности и потенциала местности через разнообразные инструменты коммуникации. Это включает организацию информационно-рекламных кампаний, медиаактивности, разработку цифровых ресурсов и материалов на разных языках. Ключевое внимание уделяется продвижению гастрономической отрасли и гастротуризма, включая создание брендов, презентации локальных деликатесов и проведение специальных мероприятий. Данные инструменты повышают узнаваемость региона среди потенциальных туристов и партнеров, привлекают инвестиции и способствуют устойчивому экономическому росту.



# Ремесленная пекарня «Белотурка»



- **Вызов**
- Выявить и осмыслить свою гастрономическую идентичность: собрать исторические сведения, восстановить забытые традиции и превратить их в уникальное гастрономическое предложение, способное работать на привлекательность территории.

## Ценность проекта

- *Возрождение бренда «Самара — хлебная столица».*
- *Создание масштабируемого проекта (франшизы), который может быть реализован в любом регионе, что способствует продвижению гастрономических традиций Самарской области.*
- *Сохранение гастрономической и культурной истории региона.*

## Описание

Первая в Самаре сеть ремесленных пекарен, где возрождают старинные рецепты городской выпечки и используют только местные ингредиенты. К созданию проекта были привлечены историки, а также местные жители, потомки самарских купцов, торговавших знаменитой мукой-крупчаткой из ярового сорта пшеницы белoturки — очень мелкого помола и кипенно-белого цвета.

Задача создателей пекарни — вернуть Самаре статус хлебной столицы. В XIX веке самарские купцы торговали белотуркой в 17 странах мира. Самарскую пшеницу экспортировали в Китай, Америку и Великобританию. Она была практически везде, так как белотурка очень ценилась в выпечке. На европейской бирже ее продавали на вес золота. Белотурка помогла купцам заработать состояния, а они, став меценатами, сделали из уездного городка промышленный и культурный центр. Поэтому создатели пекарни воссоздают не только рецепты, но также и исторические здания, где размещаются пекарни.

Представительница рода купцов и меценатов Шихобаловых Софья Поликарповна Бортник поделилась с создателями проекта уникальной семейной амбарной книгой семейных рецептов куличей, тортов, тарталеток, крендельков и печеня. Владельцы пекарни планируют восстановить и вернуть к жизни это культурное богатство и наследие города. В Самаре работают пять пекарен проекта, в ассортименте которых более 70 наименований выпечки и хлеба.



Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Санкт-Петербург

Автор проекта  
Комитет по  
развитию туризма  
Санкт-Петербурга

Начало реализации  
2023 год

# Гастрономический фестиваль «Петербургский завтрак»



- **Вызов**
- Сохранить культурный код города и поддержать местных предпринимателей и производителей продуктов питания через создание нового гастрономического бренда в Санкт-Петербурге.

## Ценность проекта

- *Формирование нового гастробренда и знакомство горожан и гостей города с историей через уникальные рецепты локальной кухни.*
- *Поддержка локальных производителей, создание новых каналов для продвижения и популяризации ресторанной культуры города.*

## Описание

«Петербургский завтрак» — крупнейший ресторанный фестиваль Санкт-Петербурга, который ставит перед собой задачу продвигать петербургские ценности среди жителей и гостей Северной столицы, а также поддерживать местных предпринимателей и производителей продуктов питания. Проект организован Комитетом по развитию туризма совместно с популярным городским порталом «Фонтанка.ру».

Осенью 2025 года фестиваль прошел в третий раз. На нем 136 ресторанов, кафе и пекарен представили свои версии петербургского завтрака. Каждое фестивальное блюдо отражает историю города и его знаменитых жителей. При этом перед шеф-поварами стоит задача, сохраняя традиции, показать современный гастрономический образ Санкт-Петербурга. В течение месяца можно было попробовать завтраки Достоевского и Маяковского, любимые блюда Пушкина и Ахматовой. Стоимость блюд символически отсылала к знаковым архитектурным объектам и памятным датам. Например, 232 рубля — это 232 метра длины решетки Летнего сада, 322 рубля — это 322 года, прошедших со дня основания Петербурга.

В рамках фестиваля также проходит конкурс «Петербургский десерт», участие в котором принимают кондитеры и шеф-повара города.



# Таврида.АРТ



- **Вызов**
- Привлечь внимание к локальным продуктам и культурным кодам, создав платформу для молодых шефов и креативных индустрий, которая способствует развитию современной гастрономии и росту туристического интереса.

## Описание

Всероссийская платформа развития молодых специалистов творческих индустрий, которая последовательно расширяет сферы своей деятельности. Одним из ключевых направлений послед-

### Ценность проекта

- *Вовлечение молодежи в развитие и продвижение страны,*
- *Опора на локальные продукты, истории и культурные коды,*
- *Синергия гастрономии и креативных индустрий,*
- *Практическое обучение через экспедиции, лаборатории и проекты,*
- *Развитие территорий через современную гастрономию и культуру,*
- *Формирование межрегионального профессионального сообщества.*



них лет стало развитие гастрономии как части современной культуры, туризма и территориальной идентичности, что позволило создать новую отраслевую экосистему, ориентированную на молодежь, инновации и работу с локальными продуктами.

Гастрономическое направление «Таврида.Арт» включает образовательные программы, гастро-экспедиции, лаборатории, исследовательские проекты, фестивали и специальные события, в которых соединяются кухня, культура, медиа, дизайн, музыка, театр и туризм. Такое кросс-индустриальное взаимодействие позволяет формировать новое поколение гастрономических специалистов, способных работать с локальными продуктами, современными форматами и культурным кодом территорий.

Центральной инфраструктурной точкой направления стал Центр гастрономического развития «Гастро.Юг», открытый в 2025 году. Он функционирует как образовательная и событийная площадка, объединяющая молодых шефов, рестораторов, исследователей, художников и представителей креативных индустрий. Центр формирует пространство для практического обучения, развития профессиональных компетенций и создания новых гастрономических продуктов, интерпретаций и идей.

В рамках образовательного блока реализуются арт-школы, наставнические программы, экспедиции по изучению локального наследия и исследовательские лаборатории. Участники изучают местные продукты, традиционные рецепты, ремесленные практики, проводят интервью с жителями, посещают фермы и производства. Такой подход формирует осознанное отношение к локальности и создает основу для появления новых гастрономических проектов по всей стране.

Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Краснодарский край

Автор проекта  
Евгения Суфиянова,  
Дмитрий Левицкий  
и Георгий Карпенко

Начало реализации  
2015 год

# International Restaurant Show Gastreet



- **Вызов**
- Нехватка достоверной отраслевой информации, отсутствие устойчивых кооперационных связей между рестораторами, производителями и поставщиками, а также дефицит площадок, где профессиональное сообщество могло бы открыто общаться, обмениваться опытом, обсуждать тренды и совместно искать решения для развития индустрии.

## Ценность проекта

- *Впервые создан формат мероприятия, который объединил производителей, поставщиков и предпринимателей сферы гостеприимства, позволив выстроить отраслевые кооперационные цепочки.*
- *Получение регионом дохода в невысокий туристический сезон через загрузку инфраструктуры.*
- *Ускорение внедрения новых технологий, продуктов и бизнес-моделей за счет прямого взаимодействия участников рынка.*

## Описание

Gastreet — масштабное событие, которое уже в течение десяти лет объединяет профессионалов ресторанного бизнеса, отельеров, поставщиков оборудования и ингредиентов, а также всех, кто интересуется сферой HoReCa.

Название фестиваля — игра слов Gastronomic Street — стало нарицательным термином в гастрономической среде. Gastreet — это пульс отрасли, здесь узнают все новости, тенденции, обмениваются опытом, находят новых партнеров и поставщиков, вдохновляются на новые проекты. Также название фестиваля обыгрывает его формат и устройство. На территории создают настоящие улицы и образовательные площадки по тематикам. Например, Main Street — выступления рестораторов на разные темы, а Chef Street — это площадка с высокотехнологичной кухней с любым оборудованием, ингредиентами и технологиями, которые существуют на рынке. Здесь проходят мастер-классы, можно увидеть, как работают ведущие эксперты отрасли и узнать о последних новинках и инновациях.

Атмосфера единения на Gastreet будит в участниках лучшие чувства. Благотворительные ужины стали неотъемлемой частью площадки. В 2025 году благодаря усилиям всех неравнодушных гостей и участников площадки удалось собрать более 1 млн рублей. Это еще раз подтвердило, что когда хорошие люди и серьезные профессионалы собираются вместе, происходят настоящие чудеса.

Юбилейный Gastreet собрал 5500 участников, среди которых 300 собственников бизнеса, из 14 стран и 264 городов. Проект поддержали более 100 партнеров. На восьми деловых площадках прошли 200 лекций.



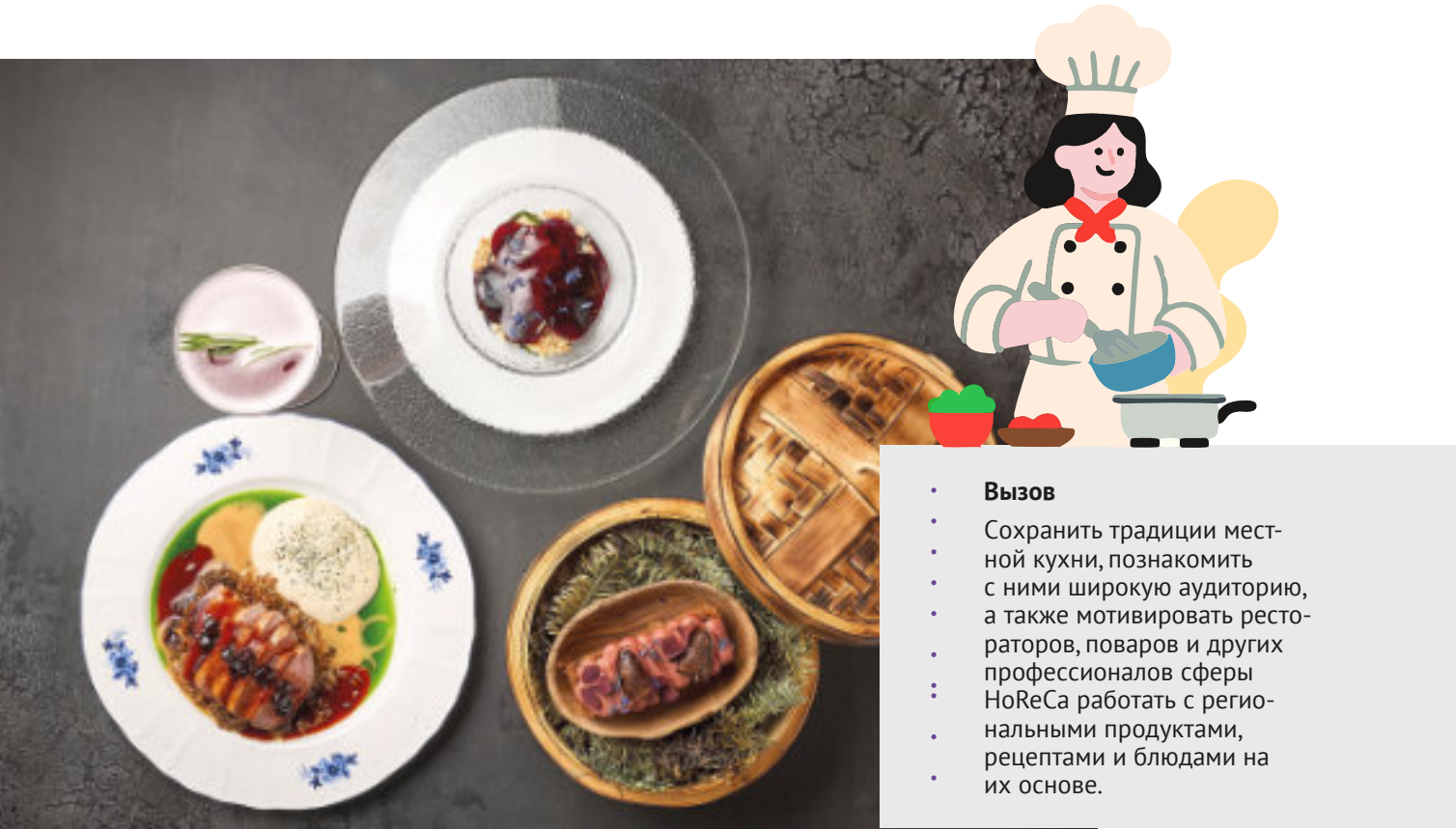
Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Екатеринбург, Челябинск,  
Пермь, Миасс и другие  
города Урала

Автор проекта  
Отраслевое  
сообщество

Начало реализации  
2021 год

# АУК — Аутентичная Уральская Кухня



- **Вызов**
- Сохранить традиции местной кухни, познакомить с ними широкую аудиторию, а также мотивировать рестораторов, поваров и других профессионалов сферы HoReCa работать с региональными продуктами, рецептами и блюдами на их основе.

## Ценность проекта

- *Формирование и продвижение бренда уральской кухни и развитие региона как интересной гастрономической дестинации.*
- *Закрепление в сознании местных жителей и туристов новых гастрономических брендов, таких как свердловская слойка, ельцовская форель, талицкий творог, ирбитские яйца.*

## Описание

Урал является территорией с богатой историей, но при этом не существует четких, узнаваемых границ, которые бы определяли региональную кухню. Профессиональные уральские шеф-повара объединили усилия, чтобы воссоздать и приумножить все то, что называют уральской кухней.

Проект «Аутентичная Уральская Кухня» реализуется в нескольких форматах. Основной из них — это информационный портал, на котором собраны и постоянно пополняются данные об АУК, в том числе единая общая информационная база с матрицей продуктов (по принципу сезонности) и списком локальных производителей. В рамках проекта издается онлайн-журнал, где публикуются рецепты и интервью со значимыми людьми региона и шеф-поварами со всей России. Ведется исследовательская работа: традиционные технологии адаптируются к ресторанным стандартам.

Флагманским событием проекта стал гастрономический фестиваль Аутентичной Уральской Кухни, объединивший четыре региона России с целью поиска, создания и развития яркого имиджа современной кухни Урала. Целостный образ новой уральской гастрономии с учетом региональных, культурных, исторических и климатических особенностей формируется за счет ряда условий, обязательных для участников проекта. Необходимо создать сет, где присутствуют блюдо из теста, горячее блюдо с использованием культурного элемента в подаче, а также десерт на основе овощей, корнеплодов или грибов, то есть ключевых продуктов региона. Особенное внимание команда фестиваля уделяет работе с географией региона, определившей и его историю. Урал, расположенный на границе Европы и Азии, Запада и Востока, объединяет две мировые кулинарные традиции, создавая уникальную вкусовую палитру. В 2025 году участие в мероприятии приняли 55 заведений из восьми городов и четырех регионов России.



Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Республика  
Татарстан

Автор проекта  
Государственный комитет  
Республики Татарстан  
по туризму

Начало реализации  
2016 год

# VISIT TATARSTAN



Вызов

Привлечь дополнительный поток туристов через знакомство с гастрономической культурой региона как обязательным элементом путешествия, создать удобную и доступную систему для получения информации о возможностях для путешественников.

Ценность проекта

- Создание единой информационной системы по туристическим возможностям региона с включением отдельного раздела по его гастрономическим специалитетам.
- Популяризация гастрономической культуры региона через знакомство с его традициями и основами национальной кухни на открытом ресурсе.
- Информирование путешественников о ресторанах, предлагающих национальные блюда, через единый каталог на туристическом портале.

Описание

В 2025 году Татарстан стал одним из самых быстрорастущих регионов в туристической отрасли, оборот которой увеличился на 18%. Эксперты говорят, что это не предел. Республика – регион, где гостеприимство исторически возведено в культ, а гость – самый дорогой человек. Поэтому в проекте VISIT TATARSTAN большое внимание уделено презентации гастрономических традиций. Ведь лучший способ узнать Татарстан поближе – познакомиться с местной кухней. На сайте приведен краткий экскурс по гастрономической сокровищнице республики. Подробно рассказано о каждом ресторане, где можно отведать национальные блюда как в классическом исполнении, так и в современной интерпретации.

Веками формировавшаяся татарская кухня испытывала на себе влияние разных культур, и современные туристы могут оценить это удивительное разнообразие местных блюд. В национальных ресторанах можно попробовать токмач, азу и куллама, эчпочмак и кыстыбый, вяленого гуся и казылык, бэлеш и элеш, чак-чак и коймак. Сытные мясные блюда и наваристые супы, мучные изделия и десерты. Все то, без чего невозможно представить татарскую кухню и культуру.

Сайт VISIT TATARSTAN в разделе «Идеи для путешествий» предоставляет подробную информацию о гастрономических удовольствиях в Татарстане, что и где попробовать. отмечены 15 точек с национальной татарской кухней представлены на сайте проекта: от расположенных в историческом центра Казани до ресторана в загородном комплексе, от премиального ресторана до кафе с татарским фастфудом и бистро, от кафе-музея до театра-кухни.



Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Ивановская  
область

Автор проекта  
Центр развития туризма и  
гостеприимства Ивановской  
области

Начало реализации  
2025 год

# Гастрономическая карта Ивановской области



- **Вызов**
- Необходимость сформировать целостный гастрономический образ региона и вовлечь малые города и районы в развитие туризма через еду как понятный и универсальный язык. Создать инструмент, который позволит распределять туристический поток по всей территории области, раскрывая локальные продукты, блюда и культурные сюжеты, а не концентрировать интерес только в отдельных точках.

## Описание

Гастрономическая карта Ивановской области – интерактивный инструмент, созданный для того, чтобы вовлечь всю территорию региона в развитие путешествий через призму еды и локальной культуры. Проект был запущен на основе иссле-

## Ценность проекта

- Развитие малых городов, районов и территорий через вовлечение их в туристические маршруты и гастрономические сценарии путешествий.
- Привлечение внимания аудитории к местным продуктам и производителям.
- Увеличение потока туристов на гастрономические фестивали и сезонные ярмарки.
- Запуск новых маршрутов, увеличение срока пребывания гостя в пределах региона.

дования и сбора информации от администраций районов и стал реестром ключевых продуктов, блюд и гастрономических точек области.

Карта предлагает путешественнику не единый маршрут, а набор сценариев знакомства с регионом. Чаепитие на Волге на фоне левитановских пейзажей, с ягодными настойками и рыбными пирогами для жителей мегаполисов, которые хотят замедлиться и отдохнуть. Обстоятельная трапеза бурлаков для тех, кому интересна историческая реконструкция кухни. Глобальные вкусы крестьян «ситцевого края», ставших текстильными магнатами и создавших феномен буржуазной кухни в России конца XIX века, обогащает визит в Иваново новыми вкусовыми эмоциями. Десяток разновидностей щей, копченая рыба как исторический и культурный феномен Плеса, старинное тельное из волжского судака, домашний сидр из шуйских яблок. Коллекция культурно-гастрономических эмоций, местных вкусов, блюд и продуктов разбита по городам и районам. В каждом городе отобраны кафе и рестораны, где все это можно попробовать. Все это формирует многослойный гастрономический портрет региона.

Коллекция вкусов, блюд и продуктов структурирована по городам и районам. В каждом из них отобраны кафе и рестораны, где можно познакомиться с локальной кухней. Карта регулярно дополняется новыми объектами – ресторанами, кафе, фермерскими хозяйствами, гостевыми домами по мере развития гастрономической среды региона. На сегодняшний день на карте представлена 21 локация.

Гастрономическая карта используется как инструмент навигации и планирования путешествий, позволяя формировать маршруты с учетом событийного календаря, интересов туриста и задач региона по развитию отдельных территорий.



# Интеграция локальной гастроиндустрии в Дягилевский фестиваль



## Вызов

- Укрепление и развитие традиций в области культуры, в том числе через творческий поиск в области гастрономии.

## Ценность проекта

- *Формирование дополнительного оборота и рост доходности локальных сведений в рамках фестиваля.*
- *Развитие креативных коллабораций между культурной средой и гастроиндустрией, стимулирующих создание авторских продуктов.*
- *Усиление привлекательности Перми как культурной и гастрономической дестинации.*

## Описание

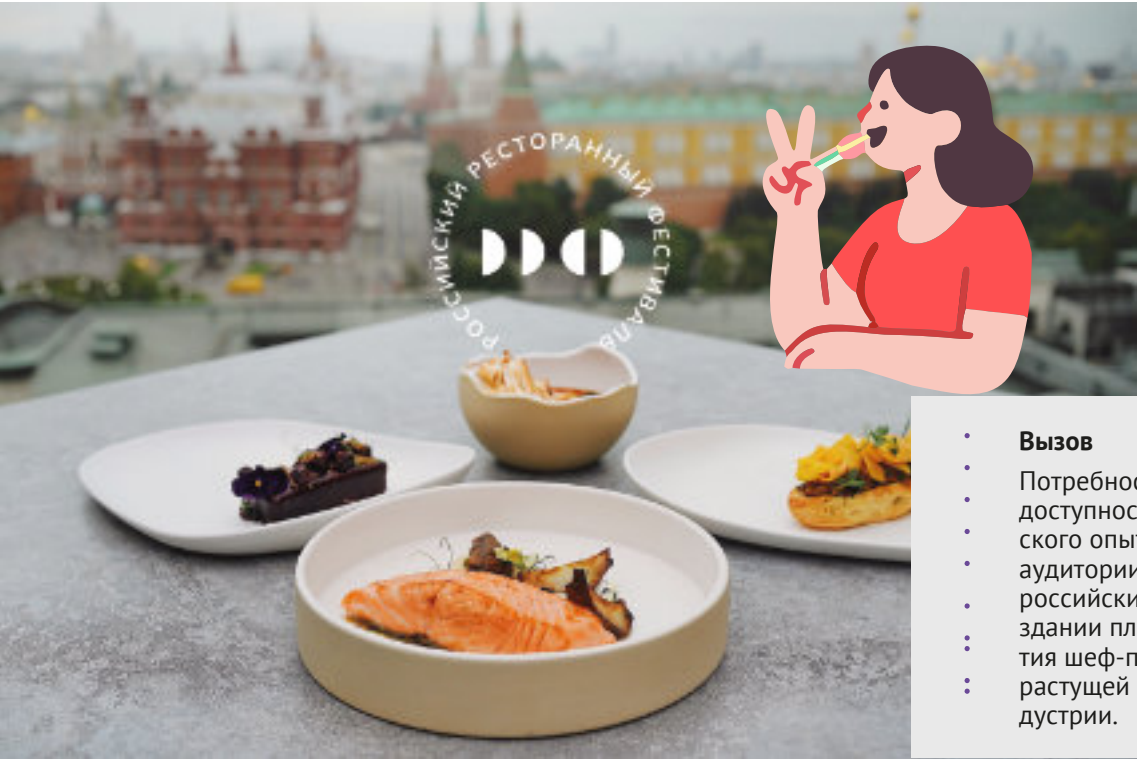
Дягилевский фестиваль — одно из крупнейших музыкальных мероприятий в России. Он организован в Перми, где провел детство выдающийся импресарио Сергей Дягилев. С 2020 года проходит зимний «спутник» фестиваля — «Дягилев+». Художественный руководитель — Теодор Курентзис.

Зрителями фестиваля ежегодно становятся 15–20 тысяч человек из разных городов России и мира. Особенность Дягилевского фестиваля — мультижанровая программа. Афиша включает около 30–35 основных событий: премьеры оперных спектаклей, танцевальные постановки, симфонические и камерные концерты, перформансы, драматические спектакли.

Каждый сезон команда фестиваля выпускает брошюру «Визит в Пермь» для гостей и участников. Это партнерская программа, где представлены меню, созданные к фестивалю, отдельные блюда, напитки и специальные привилегии. Таким образом, фестиваль сопровождают не только культурные открытия, но и гастрономические. Например, в дополнение к заказу при предъявлении бейджа участника или билета на любое событие кофейни угощают фильтр-кофе, рестораны дарят авторские напитки. Каждый год предложения от заведений обновляются, но всегда действуют только в дни проведения фестиваля. Пермский бар «Совесть» в 2023 году отразил атмосферу и программу зимнего проекта «Дягилев+» в четырех тематических коктейлях: Pavlovich Sprits — клюква, кампари, просекко, Youkali — джин, трипл-сек, лимон, портвейн, малина, гранат, DUO — джин, синий чай, трипл-сек, лимон, просекко, String Quartet — амаретто, бренди, лимон, просекко. Летом 2025 года ресторан «Тайная В.» разработал к фестивалю десерт «Нижинский В.», созданный в честь балетмейстера Вацлава Нижинского — желе из шампанского с клубникой и кремом шантильи, и «Стерлядь Дягилева» — стерлядь с раками, соусом на основе томатов, клубники, трав и белого вина.



# Российский ресторанный фестиваль



- **Вызов**
- Потребность в расширении доступности гастрономического опыта для широкой аудитории, продвижении российских ресторанов и создании площадки для развития шеф-поваров в условиях растущей конкуренции индустрии.

## Ценность проекта

- Популяризация местных продуктов и гастрономической культуры регионов.
- Создание платформы для профессионального развития молодых поваров.
- Запуск онлайн-навигатора по лучшим ресторанам в регионах России.

## Описание

Ежегодное гастрономическое событие страны, объединяющее рестораны из десятков городов России. В 2025 году в фестивале участвуют более тысячи заведений примерно из пятидесяти городов — от Калининграда до Владивостока. Фестиваль проходит в октябре и включает два формата: программу «Новые имена» для ресторанов, открывшихся недавно, и основную программу, в которой участвуют все остальные рестораны.

Ключевой механизм фестиваля — специальные дегустационные сету по фиксированной цене. Рестораны создают меню из четырех и более блюд, предлагая гостям попробовать новые сочетания и познакомиться со стилем шеф-поваров. Стоимость сетов заранее определена в нескольких ценовых категориях, что делает участие в фестивале понятным и доступным для широкой аудитории. Одним из направлений фестиваля является продвижение российских вин: многие меню формируются с опорой на отечественные винодельческие позиции.

Фестиваль играет значимую роль в развитии ресторанной индустрии. Вокруг фестиваля формируется экосистема поддерживающих проектов: тематические ужины, образовательные активности, кинопоказы, экскурсии на пищевые производства. На базе фестиваля создан онлайн-навигатор Greatlist — независимый гид по ресторанам с интересной кухней и высоким уровнем сервиса. Отбор в гид проводят локальные экспертные сообщества в каждом городе.

Российский ресторанный фестиваль делает гастрономию ближе и доступнее, поддерживает профессиональное сообщество, расширяет гастрономическую аудиторию и формирует интерес к современной российской кухне во многих регионах страны.



Продвижение  
и маркетинг

Регион  
Все регионы России

Автор проекта  
Аэрофлот,  
VK Видео

Начало реализации  
2025 год

# Гастрономическое тревел-шоу «Полет со вкусом»



**Вызов**

- Потребность в формате, который превращает перелет в часть гастрономического путешествия и помогает знакомить пассажиров с локальными продуктами и культурой региона назначения.

**Описание**

Гастрономическое тревел-шоу, превратившее самолет в ресторан высокой кухни в небе, а перелет – в кулинарное путешествие. Всего было выбрано шесть регулярных рейсов «Аэрофлота». Для каждого рейса меню разрабатывал и презентовал его лично на борту один из известных шеф-поваров России. Среди них бренд-шеф White Rabbit Family, обладатель одной звезды Michelin Владимир Мухин, шеф-повар ресторанов Selfie, Ikra и «Гвидон» Анатолий Казаков, владелица ресторана Biologie и первая в России женщина-шеф, получившая звезду Michelin Екатерина Алехина и другие.

**Ценность проекта**

- Создание развлекательного контента, который показывает, как гастрономия объединяет людей, культуры и континенты.
- Нативное продвижение регионов через интеграцию аутентичного меню на борту самолета.



Каждый из поваров составлял меню не только исходя из своего опыта, навыков и вкусовых предпочтений, но и опираясь на продукты региона назначения. Таким образом путешественники знакомились с историей и культурой того региона, куда они направляются, еще до момента приземления. Их живые эмоции, реакции и отклики в реальном времени фиксировали блогеры и съемочная группа проекта.

Вторым этапом проекта было посещение ресторанов и кафе в точке назначения. Гастротур проходил в трех форматах – от демократичной уличной еды до легендарных ресторанов. Шеф-повар вместе со съемочной группой пробовал местную кухню, знакомился с региональными продуктами, историей и культурой, чтобы по возвращении в Москву устроить специальный ужин, вдохновленный путешествием. Например, чтобы передать настроение Сибири, шеф-повар Евгений Викентьев представил сет из продуктов Красноярского края: минусинские томаты, пельмени с копченой щукой, форель с соусом из цуккини и еловым маслом.

Эти вкусы, впечатления, эмоции пассажиров, интервью с шефами и репортажи из разных уголков мира легли в основу шоу, которое можно посмотреть на федеральной платформе VK Видео, а также в системе развлечений на борту «Аэрофлота». Выпуски по мотивам маршрутов в шесть городов – Дубай, Стамбул, Сочи, Иркутск, Красноярск и Владивосток – собрали более 10 млн просмотров.

| Регион           | Автор проекта                                                       | Начало реализации |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Липецкая область | По заказу ОАУК «Центр развития культуры и туризма Липецкой области» | 2022 год          |

# Создание гастрономического образа региона «Земля в цвету»



- **Вызов**
- Повысить привлекательность региона, где нет очевидных туристических «магнитов» (море, горы, масштабная архитектура), за счет актуального вида туризма — гастрономического, начать комплексную работу по развитию и популяризации местной кухни как отдельного туристического продукта.

**Описание**

Липецкая область существует недавно, с 1954 года. Важно было создать и укоренить в сознании жителей и туристов органический образ местной кухни, сделать ее традиционной. Для решения этой задачи применен авторский алгоритм позиционирования гастрономического бренда региона. В его основе — анализ уникальных особенно-

- **Ценность проекта**
- *Создание на базе культурного и исторического подхода гастрономического бренда региона через взаимодействие с профессиональным сообществом, местными жителями и администрацией.*
- *Издание руководства по использованию бренда липецкой кухни и запуск сайта для ее популяризации.*
- *Запуск обучающей программы для шеф-поваров.*

стей географии, истории и культуры региона, экономики и уровня жизни, этнического состава населения, продуктов и блюд, характерных для этой местности.

На основании анализа были выделены ключевые характеристики региональной кухни и создан образ кухни через модель базовых элементов, где четыре основные стихии природы — земля, вода, воздух, огонь — дополняет любовь.

Для интеграции образа в сознание местных жителей был выбран доступный формат кулинарной книги-гида с историями и рецептами о Липецкой области, где читатель совершает путешествие, познавая липецкую землю и ее ключевые природные и культурные элементы. Рецепты для книги создавали местные жители и профессиональные шеф-повара. В качестве онлайн-версии книги был создан сайт, посвященный липецкой кухне. На нем можно быстро получить информацию о ключевых продуктах и блюдах региона, где их можно попробовать. Также на сайте даны готовые гастрономические маршруты.

Для интеграции гастрономического образа региона в профессиональное сообщество было создано «Руководство по использованию бренда липецкой кухни» с практическими советами, как создавать блюда в липецком стиле, как их презентовать гостям.

Презентацию руководства организовали в формате двухдневного семинара-гастрокэмп для липецких шефов, рестораторов и отельеров. В нем приняли участие 60 представителей местной HoReCa. Мероприятие прошло при поддержке губернатора области. По итогам гастрокэмп и презентации руководства участники поместили часть рецептов книги в меню своих ресторанов.



|                    |                                              |                   |
|--------------------|----------------------------------------------|-------------------|
| Регион             | Автор проекта                                | Начало реализации |
| Все регионы России | Первый канал и медиагруппа «Красный квадрат» | 2022 год          |

# Гастрономическое ТВ-шоу «Повара на колесах»



- Вызов**
- Потребность в ярком и массовом формате, который знакомит широкую аудиторию с гастрономическими традициями российских регионов, делает локальные продукты заметными и понятными зрителям и усиливает интерес к путешествиям по стране.

Ценность проекта

- Популяризация региональной гастрономии через доступный и эмоциональный телевизионный формат.
- Повышение интереса к путешествиям по России благодаря демонстрации локальных продуктов, традиций и историй.
- Укрепление связи жителей с регионами через узнавание собственных кулинарных кодов.
- Расширение аудитории гастрономической культуры за счет охвата федеральных и цифровых платформ.



Описание

Известные шеф-повара путешествуют на фудтраке по России, знакомятся с кухней, историей и достопримечательностями, чтобы в финале шоу устроить кулинарную битву, суть которой – придумать блюдо, отражающее дух региона. Кто победил – решают местные жители. Каждый выпуск программы – новый город и очередной кулинарный вызов создать гастрономический образ места. Для телезрителей тревел-реальности – это возможность увидеть страну глазами профессиональных шеф-поваров, которые в режиме реального времени раскрывают кулинарный потенциал региона. По итогам выпусков создаются серии коротких вертикальных видеороликов «Советы от шефа», где повара делятся со зрителями профессиональными кулинарными советами. Партнерство Первого канала с платформой «VK Видео» обеспечивает самый широкий охват, делая программу по-настоящему народной.

Более 80 выпусков передачи вышло в эфир на ноябрь 2025 года. На старте в соцсетях «ВКонтакте» и «Одноклассники» ее посмотрели 8,8 млн человек.

Проект выходит при участии Института развития интернета (ИРИ) и туристического сервиса RUSSPASS.



**Регион**  
Все регионы  
России

**Автор проекта**  
Телеканал «Россия 1», АНО  
«Национальные приоритеты»  
и проект Роспотребнадзора  
«Здоровое питание»

**Начало реализации**  
2020 год

# ТВ-шоу «Формула еды»



- Вызов**
- Изменить пищевые привычки жителей страны, создав модный тренд на правильное, сбалансированное питание, основа которого — сезонные продукты, производимые в регионе проживания. Заинтересовать темой правильного питания всех членов семьи, разновозрастных зрителей.

## Ценность проекта

- Знакомство потребителей с ценными качествами продуктов, которые производят в регионах России.
- Создание спроса на эти продукты, стимулируя одновременно и их производство.
- Повышение информированности потребителей о новых санитарных правилах и нормах, которые разрабатывает Роспотребнадзор, чтобы обеспечить здоровое и безопасное питание для взрослых и детей.

## Описание

«Формула еды» — направленный на создание здоровых пищевых привычек просветительский проект в формате развлекательного ТВ-шоу о здоровом питании. Главные герои шоу, доктор Сергей Агапкин и актриса Сесиль Плехе, путешествуют по России в поисках полезных отечественных продуктов. Ведущие посещают фабрики и фермы, чтобы увидеть весь цикл производства.

Зритель вместе с ведущими узнает, как выращивают продукты в регионах России. Традиционный гость программы, эксперт Роспотребнадзора, дает советы по выбору качественного товара. В финале выпуска ведущие вместе с профессиональным шеф-поваром готовят полезное блюдо из тех продуктов, которые только что были изучены. Так передача, чьи выпуски можно посмотреть на сайте телеканала, становится сборником здоровых рецептов и одновременно путеводителем, вдохновляющим зрителей совершить собственное гастрономическое путешествие.

Проект создан совместно с АНО «Национальные приоритеты» и проектом Роспотребнадзора «Здоровое питание» при поддержке Нацпроекта «Демография».

За четыре года существования проекта вышло более 200 выпусков «Формулы еды». В топ-10 продуктов, которые вызвали наибольший зрительский интерес, вошли программы, посвященные шампиньонам, пшени, куриным медальонам, сметане, слабосоленой форели, картофелю, творожному сыру, овсянке, подсолнечному и сливочному маслам.



# Ключевые шаги региона для продвижения и маркетинга

## 1. Сформировать единую коммуникационную систему продвижения гастрономии региона

Региону важно обеспечить доступность и структурированность информации о гастрономическом потенциале, включая:

- специальные информационные разделы на туристическом портале и в официальных ресурсах региона;
- материалы для ТИЦ, туроператоров, отелей, ресторанов;
- презентационные каталоги, видеоролики, гастрокарты, реестры блюд и продуктов;
- размещение информации на русском и иностранных языках.

Цель — создать единый вход для жителей, туристов, бизнеса и медиа.

## 3. Формировать медиаприсутствие региона и развивать систему контента о гастрономии

Включает:

- создание разнообразного медиаконтента — видео, спецпроектов, цифровых гидов, тематических подборок;
- развитие официальных каналов региона и туристических ресурсов в социальных сетях;

## 2. Разработать позиционирование и смысловую платформу бренда региона в гастрономии

Продвижение должно опираться на четкую гастрономическую идентичность. В рамках этого шага важно:

- определить ключевые смыслы, отражающие гастрономию региона;
- сформировать визуальную и коммуникативную айдентику;
- интегрировать локальные продукты и блюда в бренд региона;
- использовать механизмы защиты происхождения — (ГУ, НМПТ) для усиления доверия.

Цель — сделать гастрономию одним из узнаваемых символов территории.

- работу с федеральными и региональными СМИ, блогерами, тревел- и гастроплощадками;
- запуск спецпроектов и программ, раскрывающих гастрономическую идентичность региона.

Цель — сделать гастрономию региона заметной, привлекательной и доступной широкой аудитории.

## 4. Содействовать участию региона и бизнеса в профессиональных мероприятиях

Необходимо формировать план участия в ключевых гастрономических, туристических и выставочных событиях:

- федеральные и международные гастрономические фестивали;
- отраслевые форумы, выставки, профессиональные конкурсы;
- межрегиональные инициативы и совместные проекты.

Цель — усилить узнаваемость региона, расширять рынки сбыта и укреплять профессиональные связи.

## 6. Развивать региональные и локальные бренды в сфере гастрономии

Поддерживать формирование брендов, связанных с локальными продуктами, блюдами, территориями и гастрономическими специализациями:

- сопровождать развитие локальных брендов;
- развивать механизмы подтверждения происхождения;
- интегрировать региональные бренды в коммуникации, события и турпродукты.

Цель — укреплять доверие потребителей и усиливать узнаваемость региона через гастрономию.

## 5. Проводить совместные маркетинговые кампании с участниками гастроиндустрии

Включает:

- промокампании и спецпроекты с ресторанами, производителями, туроператорами и отелями;
- информационные туры для журналистов, блогеров, экспертов;
- продвижение локальных продуктов и блюд через инфраструктуру туризма и гостеприимства;
- интеграцию региональных гастрономических предложений в маршруты и события.

Цель — создавать устойчивый спрос и усиливать связь гастрономии с туристическим впечатлением.

## 7. Обеспечить доступность информации и вовлечение жителей и бизнеса

Регулярно информировать профессиональное сообщество и жителей о проектах, событиях, гастрономических предложениях региона.

Это создает открытость, формирует вовлеченность и укрепляет связи между властью, бизнесом и аудиторией.



# Кадровое обеспечение

Кадровое обеспечение региона связано с формированием квалифицированных кадров и повышением компетенций работников в сфере гастроиндустрии и гастротуризма. Для достижения этих целей активно внедряются образовательные программы разного уровня, организуются курсы повышения квалификации и проводятся отраслевые конкурсы. Большое значение имеет работа с молодыми специалистами через профориентационные экскурсии и стажировки. Немаловажную роль играют личные бренды известных профессионалов отрасли, выступающие образцами успеха и мотивирующими примерами. Деятельность региона в сфере кадрового обеспечения направлена на удовлетворение спроса рынка труда в высококвалифицированных кадрах и способствует устойчивому развитию региона.



# Институт гастрономии СФУ (Gastronomy Institute)



### Вызов

Потребность в создании современной, практико-ориентированной и научно обоснованной системы подготовки кадров для гастроиндустрии, способной объединить образование, исследования и реальную индустриальную практику, а также обеспечить укрепление позиций России в сфере гастрономии.

### Описание

Gastronomy Institute – первый в России гастрономический университет, созданный в Красноярске на базе Сибирского федерального университета и сотрудничества (с момента основания до 2023 года) с французским Международным институтом гастрономии INSTITUT PAUL BOCUSE.

### Ценность проекта

- Создание максимально практико-ориентированного образовательного проекта, дающего высшее образование для специалистов в сфере ресторанного бизнеса.
- Развитие региона как гастрономического центра в Сибири и точки притяжения для профессионального сообщества.
- Продвижение кухни и продукции региона.

На старте это было соглашение с Сибирским федеральным университетом (СФУ) об открытии кафедры ресторанного менеджмента. Классический академический сценарий образования был усилен преподавателями-практиками из топ-менеджеров в ресторанной индустрии, а также практикой для студентов в действующих ресторанах.

В 2019 году кафедру преобразовали в Институт гастрономии СФУ, объединив Высшую школу ресторанного менеджмента, Высшую школу гастрономии и Центр дополнительного профессионального образования и повышения квалификации, в котором можно пройти краткосрочные курсы по основным специальностям ресторанной сферы.

Студентов делят на три группы: предприниматели, управленцы и исследователи. Система обучения постоянно развивается. Открыты три образовательные программы: бакалавриат, магистерская программа, индивидуальные траектории развития. В 2024 году была запущена новая образовательная программа – Высшая школа кондитерского искусства, призванная объединить практики ведущих кондитеров России и экспертизу Института гастрономии СФУ. При институте есть ресторан «Истории», в который может попасть любой желающий, а кормят там, в основном, студенты.

Миссия организации – менять ресторанный индустрию и развивать идею локальной еды. Институт гастрономии возрождает русскую гастрономическую культуру и меняет отношение к профессиям ресторанной сферы. Он повлиял на то, что о Красноярске заговорили как о гастрономической столице. Победы студентов на конкурсах, участие университета в крупных кулинарных событиях влияют на продвижение города.



# Курс «Основы арктической кухни»



**Вызов**

Недостаток подготовленных кадров, способных работать с локальными арктическими продуктами и технологиями, а также отсутствие системной образовательной программы, которая формирует профессиональный интерес молодежи к северной кухне и закрепляет региональную гастрономическую идентичность.

**Ценность проекта**

- *Формирование системного подхода к подготовке кадров в гастроиндустрии с фокусом на локальную идентичность региона.*
- *Кадровое обеспечение и качественная реализация проекта «Арктическая кухня» в регионе.*
- *Поддержка гастрономического бренда региона через сохранение традиций и их практическое воплощение в ресторанах города.*

**Описание**

В 2022 году на базе заведений профессионального образования в Мурманской области был запущен курс региональной гастрономии, в рамках которого студенты стажировались в ведущих ресторанах региона, открывают новые сочетания и вкусы, воспроизводят старые рецепты вместе с педагогами-историками.

Основная цель курса — привлечь внимание к северной кухне и местным продуктам, развить творческие способности слушателей, обеспечить их профессиональную ориентацию, дать навыки приготовления различных блюд в стиле арктической кухни. Студенты знакомятся с особенностями приготовления блюд, разрабатывают технологические карты, участвуют в мастер-классах ведущих специалистов, посещают производства продуктов.

Одним из первых к внедрению курса «Основы арктической кухни» приступил Мурманский индустриальный колледж, запустивший сначала одну группу студентов, а сейчас ведущий уже четыре потока одновременно.

В 2025 году курс запустили Мурманский строительный колледж имени Н. Е. Момота и ГАПОУ МО «Северный национальный колледж» из села Ловозеро. С 2022 года более 160 студентов региона прошли обучение.



Кадровое  
обеспечение

**Регион**  
Калининградская область

**Автор проекта**  
Инна Титова, Максим Ткачев, ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет»

**Начало реализации**  
2020 год

# Балтийская высшая школа гастрономии



- **Вызов**
- Подготовить кадры для предприятий общественного питания региона с фокусом на местные традиции и культуру в области гастрономии.

**Описание**

Балтийская высшая школа гастрономии представляет собой синтез классического университетского образовательного процесса под руководством профессоров и доцентов кафедр университета и новой формы практической подготовки. Она существует на базе Калининградского государственного

- Ценность проекта**
- *Формирование системы обучения в области гастроиндустрии в регионе на базе межотраслевого, регионального и международного сотрудничества.*
  - *Развитие регионального потенциала в области гастротуризма и индустрии гостеприимства.*
  - *Продвижение региональной кухни из локальных продуктов, ее популяризация среди профессионального сообщества.*



ного технического университета. Студенты учатся ресторанной индустрии не только в аудиториях, но и у действующих шеф-поваров и шеф-кондитеров. Образовательная программа создана при участии Сообщества калининградских рестораторов и поддержке Национальной ассоциации кулинаров России на базе университета, который более ста лет является ведущим учебным заведением России в области подготовки инженеров и специалистов-технологов общественного питания.

В обучении большое внимание уделяется локальным продуктам, технологиям и рецептам приготовления блюд местной кухни. Проект привлекает дополнительное финансирование на развитие инфраструктуры и обновление учебно-лабораторного оборудования от Росрыболовства и федерального правительства, а также частные инвестиции. Благодаря этому открыты специализированные лаборатории, которые оснащены современным оборудованием для разработки инновационных продуктов питания и внедрения новейших методов гастромастерства. Плотное содействие с региональными партнерами позволяет проводить учебные стажировки и консультации для будущих сотрудников.

Школа ежегодно проводит отборочный конкурс студенческой гастрономии, который становится заметным событием культурной жизни университета и города. Студенты-выпускники презентуют свои научные разработки, посвященные актуальным проблемам индустриальной гастрономии и технологиям пищи будущего. Налажено сотрудничество с зарубежными центрами гастроиндустрии и учебными заведениями. Более 80% выпускников успешно трудоустроены в ведущие рестораны и кафе Калининградской области, подтверждая высокую эффективность программы.

Кадровое  
обеспечение

Регион  
Москва

Авторы проекта  
Аркадий Новиков,  
Екатерина Дроздова  
и Юлия Митрович

Начало реализации  
2016 год

# Кулинарная школа Novikov School



- **Вызов**
- Создать условия для подготовки и развития профессиональных и конкурентоспособных кадров в области гастроиндустрии в стране, популяризировать гастрокультуру среди населения.
- 
- 
- 
- 
- 

## Ценность проекта

- *Формирование мультидисциплинарного пространства для профессионалов и любителей в области гастрономии.*
- *Запуск мобильного приложения, которое трижды попадало в топы как лучшее приложение по здоровому питанию.*

## Описание

Novikov School – современная кулинарная школа в центре Москвы, основанная Аркадием Новиковым, Екатериной Дроздовой и Юлией Митрович. В школе предлагают разнообразные направления обучения от ведущих шефов России и мира. Получить знания можно в онлайн-формате на удобной образовательной платформе, где собраны видеоуроки, библиотека рецептов от шефов и авторские курсы, или пройти очные классы, созданные в рамках академической системы с теорией, практикой и экзаменами. Курсы, воркшопы и программы повышения квалификации рассчитаны на любую степень подготовки от новичков до профессионалов.

Цель проекта – дать комплексное образование в сфере гастрономии. Внутри структуры работает Школа ресторанного менеджмента с инновационными курсами по управлению и развитию ресторана по направлениям: Школа стартапа, Школа операционного менеджмента, Школа сервиса и HR-практик, Школа маркетинга и развития.

Миссия команды проекта – развитие отрасли в целом. Школа регулярно привозит на гастроли известных шеф-поваров из различных регионов России, проводит кулинарные батлы с участием селебрити и организует гастрономические путешествия по России Novikov School Camp.

Ежегодно проходит конкурс «Школа шефа». В 2025 году он был посвящен кухне регионов и прошел под названием «Кулинарный код России». За все время работы школы ее выпускниками стали более 20 000 человек.



# Областной кулинарный чемпионат поваров Иркутской области



- **Вызов**
- Потребность в формировании кадрового резерва для гастроиндустрии региона, повышении престижности профессии повара и создании площадки, которая объединяет начинающих и опытных специалистов во круг работы с локальными продуктами и развитием кухни Прибайкалья.

## Ценность проекта

- *Объединение трех поколений в рамках профессионального чемпионата: школьников, которые размышляют о выборе профессии, студентов, которые уже учатся в поварских колледжах, и практикующих поваров, которым интересно развиваться в направлении региональной гастрономии.*
- *Решение кадрового голода для отрасли, повышение престижа профессии.*
- *Популяризация локальной кухни и продуктов среди рестораторов.*



## Описание

Первый областной кулинарный чемпионат поваров прошел в Иркутске в рамках Байкальского гастрономического форума «Вкус путешествия!» и гастрофеста «Сытый бабр». Соревнование объединило три категории участников: школьников, рассматривающих гастрономию как возможную профессию, студентов профильных учебных заведений и профессиональных поваров из ресторанов Иркутска и муниципалитетов области.

Работу конкурсантов оценивало жюри Национальной ассоциации кулинаров России, в состав которого вошли эксперты из Владимира, Перми, Москвы и Белграда. Оценка проводилась по стандартам WorldChefs, что обеспечило чемпионату высокий профессиональный уровень и прозрачность критериев.

Особое внимание было уделено работе с локальными продуктами. Бренд-шеф иркутских ресторанов, победитель Chef a la Russe 2024 Константин Полунин провел мастер-класс, в ходе которого продемонстрировал современные техники приготовления блюд на основе байкальского сига, кедровых орехов, папоротника и жимолости, тем самым задав направление творческой работе участников.

Победители получили значимые профессиональные возможности: путевку на кулинарный чемпионат Chef a la Russe 2026, поездку в Москву на V Конгресс Национальной ассоциации кулинаров России, а также сертификаты на стажировку в Китае от Школы байкальского гостеприимства ИрНТУ. Для шефов это стало стимулом к дальнейшему развитию, а для молодых участников — важным шагом на пути в профессию.

Чемпионат включен в Федеральную систему профессиональных конкурсов, что подтверждает его статус как значимого механизма развития гастрономического сообщества Иркутской области.

Кадровое  
обеспечение

Регион  
Москва

Автор проекта  
Компания METRO,  
Национальная ассоциация  
кулинаров России

Начало реализации  
2014 год

# Chef a la Russe



- **Вызов**
- Создание условий для развития профессионального мастерства в области гастроиндустрии и повышения уровня кулинарного искусства в стране.

## Описание

Всероссийский открытый кулинарный чемпионат среди шеф-поваров, организованный компанией METRO совместно с Национальной ассоциацией кулинаров России. Мероприятие проходит под эгидой Всемирной ассоциации сообществ шеф-поваров (WORLDCHefs – WACS). Статус открытого чемпионата, полученный в 2016 году, позволил привлечь участников из других стран.

## Ценность проекта

- *Формирование платформы для развития профессионалов и обмена опытом в сфере гастротуризма и гастроиндустрии.*
- *Появление новых кулинаров, готовых представлять Россию на международных соревнованиях.*
- *Поддержка традиций национальной кухни.*

30 команд профессионалов (в каждой два повара и один кондитер) и десять команд юниоров (три повара-юниора и один шеф-наставник в команде) соревнуются в номинации «Национальный обед. Кухни народов России. Блюда в ресторанной подаче». Дополнительно среди профессионалов проходит соревнование в номинации «Черный ящик», где участники заранее не знают, какие продукты им предложат для создания блюда.

Это яркое, значимое событие в ресторанной сфере. Чемпионат, проводимый по строгим международным правилам, стимулирует участников демонстрировать высокий уровень профессионализма, талант и амбиции соответствовать мировым требованиям гостинично-ресторанного бизнеса. Чемпионат открывает новые имена и задает тенденции в российской региональной гастрономии.

Жюри состоит из экспертов рынка HoReCa и звезд кулинарного искусства первой категории, включая представителей WACS (судьи категории «А» и «В») и Национальной ассоциации кулинаров. Лучшие команды кулинаров проходят отборочные туры и участвуют в финале в Москве, где определяется сильнейшая команда.

В 2025 году прошел в восьмой раз. В соревнованиях приняли участие 30 лучших команд профессионалов и десять лучших команд юниоров. Золотую медаль выиграла Москва (команда Владимира Синичкина), серебро досталось команде из Перми (капитан – Максим Тупицын), а бронза – команде из Пермского края (капитан – Евгений Попов).



# STANFOOD. Gastro Academy by METRO



## Вызов

Недостаток современных, доступных и практикоориентированных образовательных программ для поваров, шефов, кондитеров, бариста и управляющих, а также потребность отрасли в гибкой системе повышения квалификации, которая быстро реагирует на изменения рынка и обеспечивает профессиональный рост специалистов.

## Ценность проекта

- Подготовка и переподготовка кадров с опорой на практику и запросы рынка.
- Повышение профессионального уровня отрасли и распространение современных стандартов работы.
- Поддержка кадровой устойчивости гостробиизнеса в регионах.



## Описание

STANFOOD — академия, основанная компанией METRO, для настоящих и будущих профессионалов в ресторанном бизнесе: поваров, пекарей, кондитеров или бариста. При поддержке Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы, образовательного комплекса «Техноград», а также Федерации Рестораторов и Отельеров (ФРиО) был создан современный образовательный проект, работающий по принципу конструктора, где программу обучения можно собирать из навыков, необходимых в данный момент. Причем большая часть курсов действует в формате краткосрочных интенсивов, так как многие учащиеся — это уже занятые в индустрии специалисты. Для работы с ними привлекают сильнейший преподавательский состав из числа действующих шефов — свыше ста ведущих шеф-поваров, менторов и амбассадоров. Каждый курс предполагает отработку полученных знаний на практике в классах, оснащенных современным оборудованием.

Отдельное направление в академии — работа со студентами профильных вузов и колледжей. Для них проводятся открытые лекции и конкурсы. Кроме того, STANFOOD реализует ряд социальных программ по бесплатному повышению квалификации профильных специалистов.

Согласно статистике, каждый четвертый студент возвращается в академию повторно, а география ее выпускников охватывает свыше 90 городов разных стран мира.

# «Школа экскурсовода» и акселератор «Фабрика туризма»



**Вызов**

- Потребность в формировании кадрового потенциала в сфере эногастрономического туризма и создании профессиональной среды, где экскурсоводы и производители работают в связке и совместно формируют современные качественные маршруты.

**Описание**

«Школа экскурсовода» и акселератор «Фабрика туризма» – два взаимодополняющих проекта Центра «Мой бизнес», формирующих инфраструктуру туризма в Республике Крым.

Школа экскурсоводов делает особый фокус на подготовку кадров в сфере эногастрономического туризма, объединяющем винодельческую культуру Крыма и гастрономические традиции народов по-

**Ценность проекта**

- *Формирование системы подготовки специалистов в сфере эногастрономического туризма.*
- *Создание устойчивой кооперации между турсообществом, производителями и гастроиндустрией.*
- *Переосмысление потенциала региона и развитие круглогодичных эногастрономических маршрутов.*
- *Укрепление гастрономической и культурной идентичности Крыма через образование и практику.*



луострова. В рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство» создан курс профессиональной переподготовки, который позволяет будущим экскурсоводам освоить историко-культурные особенности местной кухни, специфику терруара, принципы виноделия и навыки конструирования маршрутов для гастрономических и винных туристов. Обучение выстроено так, чтобы выпускники могли сразу применять знания на практике. По завершении выдается диплом государственного образца; участие бесплатное.

Проект «Фабрика туризма» дополняет работу со стороны предпринимателей АПК. Владельцы ферм, виноделен, сыроварен и других производств учатся создавать турпродукты на базе своих хозяйств, развивать гостевой сервис, выстраивать кооперацию с экскурсоводами и турфирмами, а также превращать прием туристов в дополнительный и стабильный источник дохода.

В ходе реализации этих двух проектов в регионе сформировалось новое профессиональное сообщество – Ассоциация «МАРАТ» (Межрегиональная ассоциация развития агропромышленного туризма). Именно она объединила выпускников Школы экскурсоводов, участников акселератора и предпринимателей, заинтересованных в развитии гастрономического и агротуризма. Сегодня «МАРАТ» стала ключевым партнером и исполнителем проектов, обеспечивая их устойчивость, институциональную поддержку и дальнейшее развитие.

Благодаря этой экосистеме подготовлено более 350 новых экскурсоводов, создано более 100 объектов агротуризма, а в регионе появилась связанная, работающая круглый год сеть маршрутов, хозяйств и специалистов, развивающих эногастрономический туризм как одно из перспективных направлений экономики Крыма.

# Архангельская клюква



## Вызов

Помощь школьникам в выборе профессии, создание профориентационных экскурсий на локальные предприятия гастроиндустрии, чтобы развивать интерес детей к профессии.

## Ценность проекта

- Формирование профессиональных интересов и навыков у школьников через практическое знакомство с профессиями.
- Знакомство школьников с местной гастрономической культурой.
- Расширение социальной ответственности бизнеса.

## Описание

Интегрированная в процесс обучения профориентационная экскурсия для школьников на технологичную плантацию клюквы. Во время визита ребята узнают, в чем уникальность болот как природной экосистемы, какую технику используют для сбора ягод, чем отличаются разные сорта клюквы и какой на вкус недавно выведенный архангельский сорт «Фомич», как создают клюквенные поля методом прямого черенкования торфяной залежи. Школьникам рассказывают о главном производственном секрете — как вырастить богатый урожай. За время экскурсии ребят знакомят с мировой культурой выращивания клюквы и 70-летней историей отечественных научных селекционных разработок.

Главная цель проекта — разрушить стереотип и показать современное производство сельскохозяйственной продукции, а также представить отрасль как симбиоз науки, современных технологий и традиционного фермерского хозяйства. С помощью практических интерактивных занятий вдохновить ребят на научные исследования, селекцию новых сортов ягод, исследование природных экосистем. На экскурсии школьники изучают образцы мха-сфагнума и вереска, добытые на болоте, осматривают карстовую воронку «Дикая Россоха» и даже самостоятельно готовят вкусный десерт — клюкву в сахаре.

Более 200 классов из различных школ Архангельска и Архангельской области посетили производственную базу СПК «Архангельская клюква».



# Образовательный проект «Город профессий»



- **Вызов**
- Недостаточная осведомленность школьников о современных профессиях агропромышленного комплекса и производственных процессах, а также потребность в формировании устойчивого интереса молодежи к сельскохозяйственным и гастроиндустриальным специальностям через практическое знакомство с реальным производством.

## Ценность проекта

- *Повышение узнаваемости и лояльности к продукции компании.*
- *Развитие кадрового потенциала для сельского хозяйства и гастроиндустрии.*
- *Повышение открытости и привлекательности современных аграрных профессий.*
- *Социальная ответственность и вклад бизнеса в развитие региона.*

## Описание

Образовательный проект «Город профессий» крупнейшего в стране агрохолдинга «ЭкоНива» ставит своей целью познакомить детей и школьников с современными сельскохозяйственными профессиями, пробудить интерес к специальностям в этом секторе. Ученики участвуют в работе ферм и заводов, пробуют себя в разных ролях на производстве, своими глазами видят, как создаются молоко, сметана, сыры. Школьники знакомятся со всеми этапами процесса от поля и животноводства до производства молочной продукции. «Город профессий» формирует актуальные образы таких профессий, как ветеринар, зоотехник, агроном, оператор доения и других.

Благодаря таким профориентационным практическим экскурсиям школьники начинают рассматривать аграрные профессии как вариант дальнейшего направления обучения. Проект рассчитан не только на детей и школьников, но и на студентов, партнеров компании и других гостей.

«Город профессий» является частью широкой образовательной программы «ЭкоНивы», в которую входят также проекты, направленные на подготовку кадров для сельского хозяйства: «Агроклассы» для старшеклассников и «ЗооВет» для молодых сотрудников агрохолдинга.

С момента запуска экскурсионного проекта более 340 000 человек посетили фермы и перерабатывающие предприятия «ЭкоНивы».



# Ключевые шаги региона для кадрового обеспечения

## 1. Организовать взаимодействие региона с системой образования

Региону важно выстроить долгосрочную кооперацию с образовательными организациями, реализующими программы в сфере гастроиндустрии:

- высшее профессиональное образование;
- среднее профессиональное образование;
- дополнительное профессиональное образование.

Такое взаимодействие позволяет обновлять программы, формировать прикладные компетенции и готовить специалистов, ориентированных на реальные потребности отрасли.

## 2. Наладить системную работу с предприятиями гастроиндустрии

Регион должен обеспечивать условия для формирования кадрового резерва и профессионального роста:

- организация профориентационных экскурсий, практик, стажировок, дуального обучения;
- привлечение экспертов отрасли к разработке и актуализации образовательных программ;
- создание возможностей повышения квалификации — через специализированные школы, тренинги, мастер-классы;
- запуск курсов для гидов-экскурсоводов со специализацией в гастрономическом или винном туризме;
- поддержка проектов по обмену опытом, исследованиям, разработке новых технологий и рецептов.



## 3. Работать с ключевыми представителями гастрономической индустрии

Региону важно поддерживать лидеров отрасли, которые формируют репутацию территории:

- развитие института амбассадоров гастрономии региона;
- вовлечение шефов, рестораторов, производителей, сомелье в образовательные и культурные инициативы;
- продвижение локальной кухни и продуктов через личные бренды профессионалов;
- участие лидеров отрасли в коммуникационных и туристических проектах региона.

## 4. Сформировать рабочую группу по развитию кадрового обеспечения гастроиндустрии и гостротуризма

Необходимо создать постоянную межведомственную группу, объединяющую:

- региональные органы власти;
- институты развития;
- бизнес-сообщество;
- образовательные организации;
- туристические и отраслевые объединения.

Рабочая группа обеспечивает согласованность действий, формирует запросы к системе образования, определяет потребность в кадрах и координирует внедрение проектов.



# Экосистема и сообщество

Блок «Экосистема и сообщество» представляет собой совокупность показателей, характеризующих инфраструктуру рынка, наличие в регионе успешных производителей, ресторанов, ферм и ассоциаций, объединяющих участников отрасли. Важную роль играет организация культурных мероприятий и точек притяжения, привлекательных для жителей и гостей региона. Сообщество объединяет заинтересованные стороны вокруг общих ценностей и целей, создавая пространство для сотрудничества и инноваций. Таким образом, регион становится привлекательным местом для жизни, отдыха и ведения бизнеса, обеспечивая гармоничное взаимодействие всех элементов социальной и экономической структуры.



# Ассоциация рестораторов «Гостеприимство и сервис»



**Вызов**

- Поднять престиж профессий в сфере HoReCa, развить сферу гостеприимства в Пермском крае.

**Ценность проекта**

- *Создание регионального эффективного сообщества рестораторов и других компаний из индустрии гостеприимства.*
- *Развитие локальной гастроиндустрии и создание площадки для обмена опытом.*
- *Запуск региональных мероприятий для профессионалов в сфере гастроиндустрии.*

**Описание**

Ассоциация «Гостеприимство и сервис» была создана, чтобы объединить рестораторов и профессионалов сферы гостеприимства и поднять в целом престиж профессии. Создание проекта поддержали Министерство промышленности и торговли и Министерство экономического развития и инвестиций Пермского края.

Учредители ассоциации рестораторов «Гостеприимство и сервис» стремятся к созданию платформы для обмена опытом и знаниями, чтобы каждый участник отрасли в регионе мог развиваться и достигать новых высот в работе.

Сегодня рестораторы Прикамья формируют профессиональное сообщество для взаимопомощи друг другу и обучения новых сотрудников. Особое внимание уделяется кадровой работе в отрасли через поднятие престижа ресторанных профессий в глазах молодежи и студентов, которые учатся на близких направлениях и специальностях.

Сегодня в ассоциацию входят 10 членов и 10 партнеров. Под эгидой объединения в Пермском крае регулярно проходят Региональный винный форум и Винный фестиваль.



# Общероссийская общественная организация «Центр содействия по сохранению, развитию и популяризации культурных гастрономических традиций, здорового питания и образа жизни, биологического разнообразия, органического сельского хозяйства «Слоу Фуд (Еда без спешки) в России»



### Вызов

- Потребность в сохранении локальных продуктов, традиционных технологий и гастрономического наследия России в условиях глобальной унификации питания, утраты редких пород и сортов, снижения гастрономической грамотности и осознанного отношения к еде.

### Описание

Официальный представитель международного движения Slow Food в России с региональными отделениями по всей стране. Миссия проекта: создание мира, в котором все люди имеют доступ к качественным продуктам и получают удовольствие от еды, которая полезна для них самих, выгодна для производителей и не приносит вреда планете.

### Ценность проекта

- *Сохранение локальных продуктов, традиционных технологий и гастрономического наследия России.*
- *Поддержка малых и локальных производителей через повышение их видимости.*
- *Просветительская деятельность в сфере национальных кухонь и традиций питания.*



Для реализации этой масштабной цели команда проекта организует лектории и гастрономические экспедиции «В поисках утраченного», разрабатывает различные проекты. Например:

- «Красная книга сельскохозяйственных животных России». Цель — собрать информацию об исчезающих российских породах и опубликовать эту базу данных в открытом доступе.
- «Уроки вкуса» — проект, где участники получают возможность потренировать свои органы чувств и составить свой первый дегустационный словарь. Повышает общую гастрономическую культуру и осознанное потребление.
- «Вкусная чистая честная еда — наше право и будущее» и «Коренные народы. Сокровища Севера». Проекты, посвященные зеленой экономике. Серия просветительских мероприятий и тематических фестивалей, чтобы познакомить представителей коренных малочисленных народов регионов России с экологическим подходом к производству и потреблению местных продуктов.
- «Слоу Фуд рекомендует». Задача проекта — презентовать качественную продукцию небольших производителей широкой аудитории мегаполисов.

Для сохранения и популяризации уникальных российских продуктов внутри страны и за ее пределами создана отечественная версия онлайн-каталога «Ковчег Вкуса», где зафиксированы и описаны редкие, исчезающие, но при этом имеющие культурную ценность сорта растений и породы животных. Вся эта информация была переведена на английский и итальянский языки и представлена в основном международном каталоге.

В России открыты отделения «Слоу Фуд» в 44 регионах от Мурманска до Камчатки.

**Регион**  
Все регионы  
России

**Автор проекта**  
Виктор Беляев, основатель  
Национальной ассоциации  
кулинаров России

**Начало реализации**  
1990 год

# Национальная ассоциация кулинаров России



- **Вызов**
- Потребность в профессиональном сообществе, которое обеспечивает развитие кулинарной отрасли, повышает качество подготовки кадров, укрепляет престиж профессии повара и представляет Россию на международной гастрономической арене.

## Ценность проекта

- Развитие профессионального кулинарного сообщества России.
- Формирование системы образования и подготовки кадров на основе международных стандартов.
- Продвижение российских шефов и национальных кулинарных школ на мировой арене.
- Повышение престижности профессии и создание возможностей для карьерного роста.



## Описание

Национальная ассоциация кулинаров России (НАК) — это некоммерческая корпоративная организация, которая объединяет предприятия и профессиональных работников общественного питания и сервиса. Это крупнейший профессиональный союз в сфере общественного питания и гастрономии. Деятельность ассоциации ведется под эгидой Всемирной ассоциации сообществ шеф-поваров Worldchefs (WACS), основанной в 1928 году в Париже, и в ряды которой НАК вступила в 1993 году.

Главные задачи, которые ставит перед собой Национальная ассоциация кулинаров России: улучшение качества в области образования, профессиональной подготовки и профессионального развития членов организации, развитие и взаимодействие между национальными кулинарными школами, повышение престижа профессии.

Ассоциация активно участвует в международных мероприятиях и реализует собственные проекты в России. Например, запустила чемпионат Chef a la Russe. НАК принимала участие в проведении федерального этапа Всероссийского конкурса профессионального мастерства «Лучший по профессии» в номинации «Повар». Благодаря работе ассоциации впервые за много лет команда российских кулинаров заняла второе место на международных соревнованиях юниоров Golden Knife в Китае.

# Чемпионаты по профессиональному мастерству среди инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья «Абилимпикс»



- **Вызов**
- Ограниченные возможности получения профессионального образования и трудоустройства для людей с инвалидностью и ОВЗ, а также недостаточная интеграция их в профессиональное сообщество гастроиндустрии.
- Требуется система, которая создает доступные условия обучения, развития навыков и вхождения в отрасль.

## Ценность проекта

- *Формирование образа гастроиндустрии как сферы возможностей через интеграцию в профессиональное сообщество людей с ОВЗ.*
- *Привлечение внимания профессионального сообщества к проблемам ОВЗ, повышение общественного сознания.*

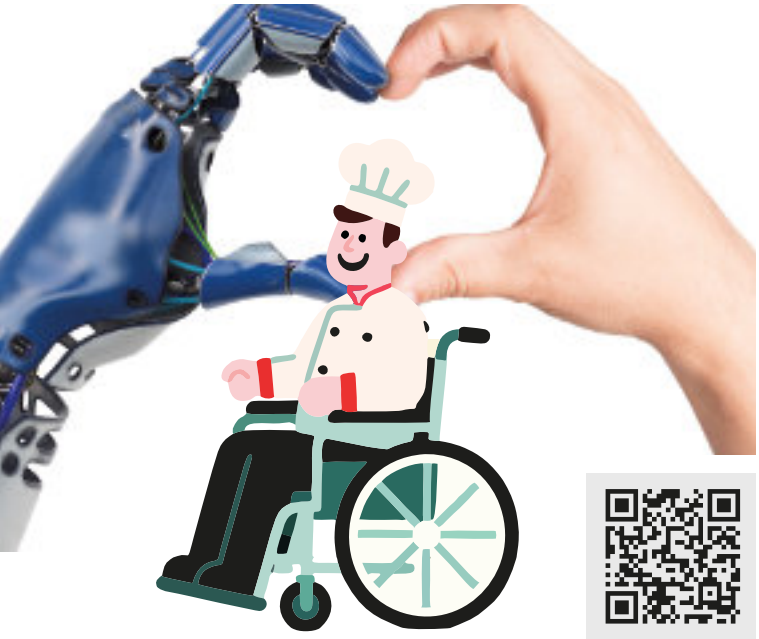
## Описание

«Абилимпикс» — это система региональных чемпионатов и конкурсов, направленных на получение профессионального образования, в том числе в сфере гастроиндустрии, инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. Она возникла в Японии, а с 1972 года получила развитие во всем мире. Сегодня в движение входят 50 стран-участниц со всего мира. Россия присоединилась к движению с 2015 года.

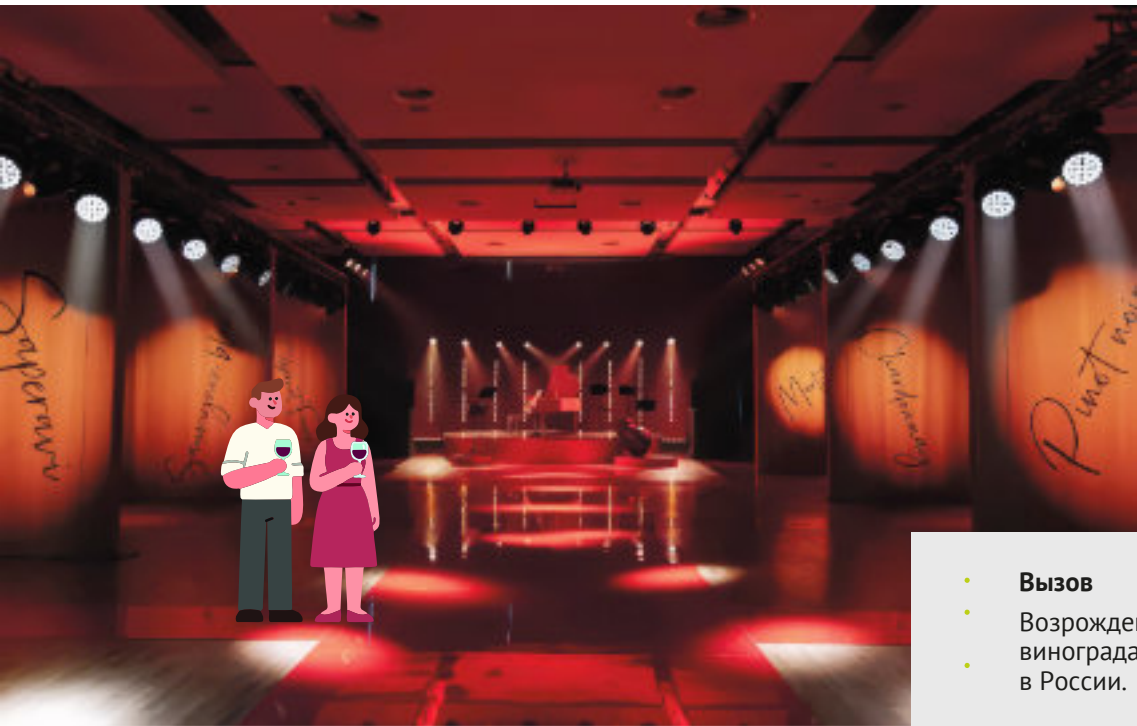
Главная задача конкурсов «Абилимпикс» в нашей стране — обеспечить эффективную профессиональную ориентацию, мотивировать инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования и содействовать их трудоустройству. В 2017 году конкурсы «Абилимпикс» стали частью платформы «Россия — страна возможностей», объединившей кадровые и социальные проекты, в которых могут участвовать россияне от школьного до серебряного возраста. В 88 регионах открыты центры развития движения «Абилимпикс», которые координируют организацию и проведение мероприятий.

С 2018 года конкурсы «Абилимпикс» в России проходят ежегодно. Среди компетенций, которые могут получить участники движения, есть ряд направлений, связанных с гастроиндустрией. Это профессии в области виноделия и сыроварения, ресторанного сервиса, кондитерского и кулинарного дела, выпечки хлебобулочных изделий (в том числе с учетом региональной специфики), карвинга. Конкурсанты могут научиться делу баристы, кухонного рабочего, повара национальной кухни определенного региона, повара-сушиста; погрузиться в походную кулинарию, пряничное дело и другое.

С 2015 года в России проведены 585 региональных чемпионатов, в которых приняли участие более 90 000 конкурсантов. Работу проекта сопровождают 60 000 экспертов. Уровень трудоустройства участников чемпионатов составляет 93%.



# Ассоциация виноградарей и виноделов России



- **Вызов**
- Возрождение и развитие виноградарства и виноделия в России.

## Ценность проекта

- Развитие профессионального сообщества виноградарей и виноделов России.
- Повышение качества отечественной винодельческой продукции.
- Продвижение российских вин и винодельческих регионов.
- Формирование культурной и туристической идентичности через виноделие.

## Описание

Федеральная саморегулируемая организация, объединяющая виноградарские и винодельческие хозяйства России. Среди ключевых целей ассоциации: развитие отрасли, повышение качества продукции виноградарства и виноделия на территории Российской Федерации и увеличение конкурентоспособности российской продукции виноградарства. В России существует 18 винодельческих зон, и 248 российских компаний имеют лицензии на производство вина.

Ежегодно ассоциация проводит и поддерживает несколько десятков отраслевых мероприятий. Это винные дегустации, выставки, ярмарки, фестивали. Под эгидой сообщества проходит ежегодный конкурс российских вин «Кубок АВВР». Совместно с Фондом Росконгресс ассоциация учредила ежегодную премию имени Л. С. Голицына за выдающиеся заслуги перед винодельческой отраслью. Она проходит при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации и вручается ежегодно на официальном приеме Российского винодельческого форума. Деятельность ассоциации помогает в развитии винного туризма, планировании новых маршрутов и туристических продуктов. В реестре ассоциации числятся 282 компании.



Регион  
Москва

Автор проекта  
Завод плавленых сыров «Карат»,  
профессор Алексей Семенов,  
художница Марина Лескова,  
скульпторы — отец и сын Щербаковы

Начало реализации  
2005 год

# Памятник сырку «Дружба»



- Вызов**
- Продвижение гастрономического потенциала региона через создание новых достопримечательностей, сохранение истории и культуры в гастроиндустрии.

**Ценность проекта**

- Поддержка интереса к продукту и бренду через создание тематического культурного объекта.
- Демонстрация культурно-исторической ценности знакового регионального продукта.
- Создание в регионе новых туристических объектов.

**Описание**

Завод «Карат», основанный в 1934 году как Московский завод плавленых сыров, выпускает сырок «Дружба» с 1960-х годов. За это время продукт стал настоящей гастрономической достопримечательностью страны и региона. К очередному юбилею запуска производства знакового сырка было принято решение увековечить эту народную марку в виде памятной скульптуры. На конкурс по изготовлению памятника было представлено 150 проектов, из которых жюри выбрало проект авторства профессора Алексея Семенова и художницы Марины Лесковой. Скульпторами стали отец и сын Александр и Андрей Щербаковы. Памятник открыли во время второго Московского фестиваля сыра в 2005 году.

Бронзовая 200-килограммовая композиция создана по мотивам басни Крылова «Ворона и лисица». Обнявшись, сидя на пеньке, ворона и лиса нежно сжимают плавленый сырок «Дружба». Упаковка плавленого сырка размером один метр на полтора воспроизведена максимально точно, с сохранением классических цветов и даже со штрих-кодом.

Рядом с памятником находится фирменный заводской магазин, где можно купить сырок «Дружба» и другую продукцию предприятия в качестве вкусных сувениров. Также на заводе «Карат» регулярно проводятся промышленные экскурсии, на которых жители Москвы и туристы могут узнать историю и процесс производства известного сыра.



Регион  
Тульская область

Автор проекта  
Кондитерская фабрика  
«Старая Тула»

Начало реализации  
1996 год

# Музей «Тульский пряник»



## Вызов

- Сохранить и переосмыслить традиционное ремесло как часть культурного и гастрономического наследия региона, превратив его из локального промысла в устойчивый туристический, образовательный и просветительский продукт, способный работать как на внутреннюю аудиторию, так и на международное продвижение региона.

## Описание

Музей «Тульский пряник» — музей пряника при кондитерской фабрике, чья генеральная идея показать историю города и страны через историю знакового регионального продукта. Идею в 1994 году разработала инициативная группа, в состав которой вошли известные тульские краеведы, заслуженные работники культуры, коллекционе-

## Ценность проекта

- *Открытие в регионе новой точки притяжения для туристов, продвигающей его гастрономическую культуру.*
- *Поддержка и продвижение продукта как символа города и региона.*
- *Создание единого культурного кода через местную гастрономию.*



ры, представители исторического производства «КФ Старая Тула». Городская администрация поддержала проект, выделив здание XIX века, бывшие флигеля оружейников и самоварщиков братьев Лялиных. Местные жители, потомки пряничных династий, помогли с формированием экспозиции, передав в дар ценные экспонаты (оригинальные документы, резные доски и пр). В 1996 году состоялось открытие музея с чайным залом и магазином гастрономических сувениров. Чтобы удовлетворить растущий спрос, в 2005 году был открыт второй музейный зал, расширены экспозиционные площади для новых экспонатов. Это позволило увеличить количество принимаемых экскурсионных групп. Помимо постоянной экспозиции была создана передвижная выставка из 400 экспонатов, которая представила знаковый продукт региона в десятках городов России, включая столицу, города-миллионники и соседние страны (Беларусь).

Музей регулярно проводит мастер-классы по изготовлению тульского пряника, в том числе для местных школьников. Для трансляции ценности продукта среди городского сообщества музей первым начал проводить игровой праздник, посвященный тульскому прянику. В результате эта инициатива приобрела общегородские масштабы и стала определяющим фактором для создания ежегодного масштабного события «Дня пряника».

В результате многолетней системной просветительской работы бренд тульского пряника приобрел национальную узнаваемость и стал одним из наиболее устойчивых гастрономических символов региона. За время работы музей посетили более 750 000 человек. С ним работают туристические фирмы из регионов России и дальнего зарубежья. Дополнительно были организованы 20 передвижных выставок по России: в Самаре, Томске, Новосибирске, Ульяновске, Владимире, Суздале.

# Национальный комплекс «Туган Авалым»



## Вызов

- Сохранить татарские народные традиции и язык, сделать татарскую культуру привлекательной для знакомства и изучения.

## Ценность проекта

- *Создание живого и развивающегося туристического объекта.*
- *Ревитализация промышленной зоны в центре Казани и превращение ее в красивое общественное пространство.*
- *Сохранение татарских гастрономических и культурных традиций.*



## Описание

Комплекс «Туган Авалым» — настоящее татарское село, воссозданное на месте бывшей промышленной зоны к празднованию 1000-летия Казани. Мельницы, колодцы, бревенчатые домики с яркими фасадами, резными наличниками и орнаментами в стиле татарской архитектуры XIX века преобразили центр города, сделали его самобытным и обаятельным. В домиках размещены рестораны, кафе, интерактивный музей, ремесленные мастерские, где можно увидеть работу гончаров, ткачей и ювелиров, а также принять участие в кулинарных мастер-классах. Архитектурный центр квартала — большая площадь, где проводятся фестивали, ярмарки и представления для детей. На территории комплекса расположены 22 уникальные локации, которые посещают более 1,5 млн человек ежегодно.

Сердце комплекса — одноименный ресторан национальной кухни, где никогда не остывает большая деревянная печь. Здесь каждый чувствует себя как дорогой гость, которого принимают в зажиточном и щедром татарском деревенском доме. В меню традиционные блюда татарской кухни, известные всем хиты и сокровенные семейные рецепты. Особенно славится ресторан выпечкой и пирогами. Огромный, сочный закрытый пирог зур бэлеш с начинкой из говядины и утки. Нежнейшие пшеничные лепешки кыстыбый. И, конечно, эчпочмаки всех видов. В интерактивном музее «В гостях у Гульчачак» посетителям предлагают мастер-классы по изготовлению традиционных блюд. Отдельный ритуал — это татарское чаепитие с ароматным душистым чаем и сладостями: чак-чаком, баурсаком, кош теле и талкыш калеве. Все можно купить и увезти с собой в виде гастрономических сувениров.

Национальный комплекс «Туган Авалым» и гастрономический проект «В гостях у Гульчачак» — способы сохранения татарского языка, а также культуры и традиций татарского народа.

# Российские региональные экспозиции на Международной выставке «Продэкспо»



## Вызов

- Потребность в эффективной профессиональной площадке, которая помогает российским регионам представлять свою продукцию, выстраивать устойчивые цепочки сбыта и находить новых партнеров на внутреннем и внешних рынках.

## Ценность проекта

- *Выход региональных производителей на федеральные и международные рынки.*
- *Развитие кооперации между производителями, ритейлом и сферой гостеприимства.*
- *Усиление узнаваемости региональной продукции и брендов.*

## Описание

«Продэкспо» — крупнейшая в России международная продовольственная выставка, работающая более 35 лет и объединяющая все сегменты пищевой индустрии. Это ключевая деловая площадка, где производители и поставщики продуктов питания и напитков выстраивают прямые контакты с закупщиками федеральных и региональных розничных сетей, маркетплейсов, HoReCa, корпоративного сектора и органов власти.

В 2026 году участие в выставке заявили около 2000 компаний из 42 стран, в том числе национальные экспозиции десяти государств. Коллективные стенды российских регионов сформированы 39 субъектами и представляют в первую очередь малый и средний бизнес.

Формат региональных экспозиций позволяет участникам выступать под единым брендом территории, снижать затраты на участие и одновременно усиливать узнаваемость локальной продукции. Общий стенд обеспечивает бизнесу качественную презентацию перед широкой аудиторией закупщиков и партнеров, а региону — эффективный инструмент продвижения своих производителей и выхода на новые рынки.



# Публикация гастрономического паспорта Челябинской области



- **Вызов**
- Формирование региональной команды по развитию гастроиндустрии и гастротуризма в регионе для формирования отраслевой стратегии.

## Ценность проекта

- *Формирование открытой и вовлеченной региональной экосистемы вокруг развития гастроиндустрии.*
- *Создание доступного инструмента, объединяющего жителей, бизнес и профессиональное сообщество вокруг общей гастрономической повестки.*
- *Запуск системного подхода к развитию гастрономической индустрии через публичную диагностику и анализ ресурсов региона.*
- *Повышение узнаваемости и значимости локальной гастрономии как части территориальной идентичности.*



## Описание

Челябинская область – регион Южного Урала с богатой сырьевой базой, который по итогам 2024 года стал лидером в пищевой и сельскохозяйственной индустрии России. В 2025 году Челябинская область стала первым российским регионом, где был опубликован гастрономический паспорт. Документ, в котором сформирована модель гастрономической индустрии, доступен в свободном доступе на популярных информационных ресурсах.

Этот документ – наглядный результат совместной работы муниципалитетов, туроператоров, представителей креативной и ресторанной индустрии, участвовавших в федеральном пилотном проекте Агентства стратегических инициатив «ПроЕДУ по России».

Большая идея проекта в том, чтобы превратить Южный Урал в магнит для гастрономических туристов. Для того чтобы сделать диалог открытым, в проекте предусмотрена возможность обратной связи как от жителей региона и туристов, так и от представителей бизнес-сообщества.

В 39-страничном документе приведен детальный анализ гастрономических активностей области, показан потенциал туристических, производственных ресурсов и инфраструктуры региона в сфере еды. Содержится информация о топ-10 предприятий общественного питания, о фермерах и производителях местной продукции; представлены сведения о гастрономических сувенирах и крупных гастрономических событиях Челябинской области. Представлены данные о местах и объектах показа для туристов, интересующихся местной кухней. Перечислены музеи, посвященные локальным продуктам. Паспорт дал старт формированию системного подхода к развитию гастрономической составляющей в туризме в регионе.

# Ключевые шаги региона для формирования экосистемы и сообщества

## 1. Объединить участников гастроиндустрии в единое профессиональное сообщество

Региону важно создать механизм постоянного взаимодействия между всеми игроками отрасли:

- рестораторами;
- производителями;
- шеф-поварами;
- турбизнесом;
- образовательными организациями;
- культурными институциями;
- отраслевыми ассоциациями.

Это может быть отраслевой совет, клуб, координационная группа или другое объединение, обеспечивающее регулярный диалог и совместную работу.

## 2. Выстроить сотрудничество с отраслевыми ассоциациями и экспертными организациями

Для развития региональной экосистемы важно привлекать внешние и локальные отраслевые структуры:

- российские и международные ассоциации гастрономии, туризма, виноделия, фермерства;
- экспертные центры и профессиональные объединения;
- профильные институты и исследовательские организации.

Совместные инициативы позволяют усиливать компетенции, развивать сеть партнерств и повышать качество региональных проектов.

## 3. Интегрировать участников турбизнеса в развитие гастрономических продуктов и маршрутов

Региону необходимо обеспечить включение туриндустрии в работу над гастрономическим предложением:

- формирование перечня гастрономических объектов и точек притяжения;
- разработка маршрутов и программ, основанных на локальных продуктах и кухне;

- создание методических материалов для туроператоров и гидов;
- продвижение гастрономических объектов через инфраструктуру туризма.

Цель — чтобы турбизнес стал активным проводником региональной гастрономической идентичности.

## 4. Поддерживать участие региональных игроков в профессиональных мероприятиях

Взаимодействие и развитие экосистемы усиливается через включенность в профессиональное поле:

- участие бизнеса и региональной команды в выставках, фестивалях, форумах;
- поддержка участия в мероприятиях B2B и B2C;
- продвижение успешных практик региона на внешних площадках.

Это расширяет партнерства, повышает узнаваемость и стимулирует развитие отрасли.

## 5. Развивать горизонтальные связи и культуру сотрудничества

Регион должен стимулировать:

- регулярные открытые встречи и клубные мероприятия;
- мастер-классы, дегустации, отраслевые диалоги;
- инициативы, объединяющие локальных производителей, шефов и туроператоров;
- проектные группы по созданию гастрономических мероприятий, новых продуктов, сервисных решений.

Цель — формирование сплоченного профессионального сообщества, ориентированного на развитие региона.



# Управление процессом

Управление процессом в регионе включает комплекс показателей, характеризующих действия региона по обеспечению эффективного функционирования инфраструктуры и устойчивого развития территории. Оно предусматривает внедрение стандартов и сертификации в сфере гастрономии, контроль экологии и использование современных технологий. Важную роль играют исследования и разработка инновационных решений, обеспечивающих конкурентоспособность производства и высокое качество продукции. Комплексный подход позволяет повысить привлекательность региона, создать комфортные условия для жизни и ведения бизнеса, укрепить позиции на внутреннем и мировом рынках.



**Регион**  
Ханты-Мансийский  
автономный округ  
(ХМАО)

**Автор проекта**  
Фонд поддержки  
предпринимательства  
Югры «Мой Бизнес»

**Начало реализации**  
2015 год

# Товарный знак «Сделано в Югре!»



**Вызов**

- Развить экономический потенциал региона, обеспечить продвижение продукции местных производителей на внешних рынках и повысить доверие к ней со стороны потребителей.

**Ценность проекта**

- *Создание единой онлайн-платформы с каталогом сертифицированных региональных товаров и производителей.*
- *Повышение качества локальной продукции и услуг через добровольную сертификацию.*
- *Повышение осведомленности о локальных производителях в регионе и за его пределами.*



**Описание проекта**

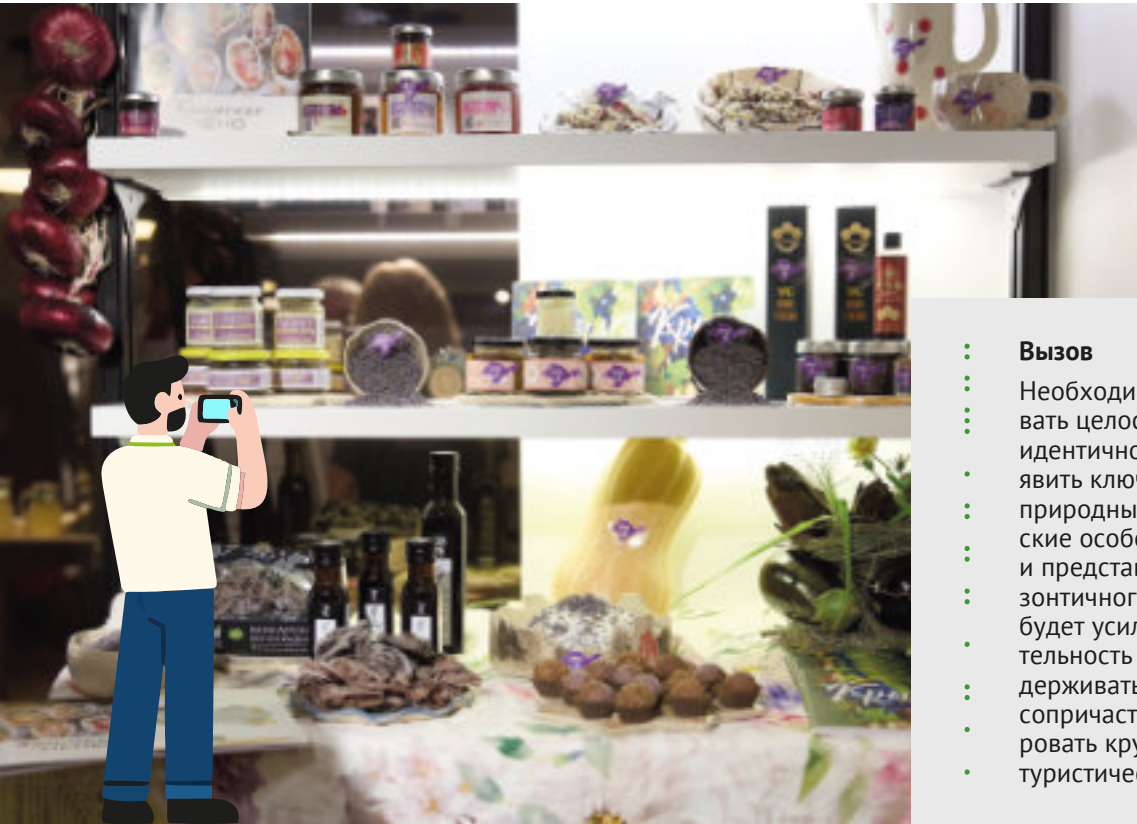
Проект «Сделано в Югре!» реализован Фондом поддержки предпринимательства Югры «Мой Бизнес». Его задача — создать условия для устойчивого развития местных предприятий, помочь производителям Ханты-Мансийского автономного округа вывести свою продукцию на новые рынки, в другие регионы и за рубеж. Вместе с этим — сохранить уникальные кулинарные традиции.

Система добровольной сертификации для производителей из Ханты-Мансийского автономного округа предоставляется на безвозмездной основе. Товарный знак дает преимущества при продвижении через специально созданную онлайн-платформу «Сделано в Югре!», в других информационных каналах и торговых сетях в рамках различных промоакций. Фонд «Мой Бизнес» оказывает поддержку продаж и на онлайн-площадках: югорским производителям со знаком «Сделано в Югре!» компенсируется 80% затрат на комиссионные маркетплейсам, рекламе и продвижение, логистику, доставку и временное хранение возврата.

Среди участников проекта — ведущие производители Югры, выпускающие разнообразный ассортимент товаров от продуктов питания до программного обеспечения. Более 200 югорских предпринимателей и предприятий стали обладателями товарного знака «Сделано в Югре!», среди них 92 — в разделе «Гастрономия».

«Сделано в Югре!» — официально зарегистрированный товарный знак (номер регистрации 532243). Благодаря широкому информационному охвату и контролю над качеством всех отмеченных знаком товаров, символ «Сделано в Югре!» быстро стал визитной карточкой региона.

# Крымские самости



- **Вызов**
- Необходимость сформировать целостную и четкую идентичность региона, выявить ключевые культурные, природные и гастрономические особенности Крыма и представить их в форме зонтичного бренда, который будет усиливать привлекательность территории, поддерживать региональную солидарность и стимулировать круглогодичный туристический интерес.

**Описание**  
«Крымские самости» – региональный зонтичный бренд, созданный для того, чтобы собрать и структурировать уникальные особенности полуострова в единую систему. Проект объединяет культурные, природные, исторические, гастрономические и ремесленные проявления Крыма,

- **Ценность проекта**
- *Сохранение технологии производства значимых продуктов, а также связанные с ними исторические и культурные аспекты.*
- *Нивелирование сезонных колебаний в туристической сфере региона благодаря сезонному характеру «самостей».*
- *Возможность круглый год разрабатывать и продвигать новые виды туристских продуктов: фестивали продуктов, ярмарки, меню в ресторанах, туристические маршруты, сувениры и прочее.*



превращая их в набор четких идентификационных признаков – «самостей», которые делают территорию узнаваемой и отличимой от других туристических регионов России.

Бренд формирует целостный образ Крыма: он помогает выстраивать маркетинговые коммуникации, создавать новые туристические продукты, усиливать региональные события и выстраивать постоянный диалог с жителями. Каждая «самость» – это не только объект внимания, но и инструмент продвижения, вокруг которого можно развивать экскурсии, маршруты, фестивали, сувенирную продукцию, образовательные программы и гастрономические инициативы.

Гастрономическая составляющая стала одним из ключевых направлений проекта. Чтобы включить продукты в перечень «самостей», регион ввел специальные критерии, разработанные Межведомственной рабочей группой по реализации проекта «ПроЕДУ по России» в Республике Крым. В перечень включаются только те продукты, которые: выращены или созданы на крымской земле, обладают уникальной технологией производства или рецептурой, несут исторический или культурный код региона и связаны со 179 народностями и народами Крыма.

Этот подход позволяет не просто описывать гастрономические объекты, а подтверждать их подлинность и включать в бренд только те элементы, которые действительно отражают характер и историю территории.

Проект «Крымские самости» работает как многоуровневая платформа, которая делает региональные особенности видимыми, структурированными и доступными для жителей, туристов, бизнеса и партнеров. Благодаря этому Крым получает инструмент долгосрочного развития: четкую идентичность, на основе которой можно строить события, маршруты, коммуникации и отраслевые проекты, включая гастрономические.

# Знаки качества «Самарский продукт» и «Сделано в Самарской области»



**Вызов**

- Повысить узнаваемость и конкурентоспособность самарских производителей в регионе и за его пределами.

**Ценность проекта**

- *Создание условий для развития местных предпринимателей через системные меры поддержки на региональном уровне.*
- *Содействие увеличению объемов производства местных производителей.*
- *Реализация просветительского проекта и развитие чувства гордости у жителей региона.*



**Описание проекта**

Региональная символика «Самарский продукт» возникла в рамках проекта «Сделано в Самарской области», основная цель которого – продвигать и повышать узнаваемость товаров местного производства. Для потребителей эти знаки качества – символ надежности, высоких стандартов производства, а также гарантия того, что товар создан производителями Самарской области.

Предприниматели в качестве мотивационных бонусов получают помощь в продвижении в торговых сетях и на федеральных площадках. Региональный товарный знак позволяет выделить на полках супермаркетов и на страницах маркетплейсов самарскую продукцию. В местных торговых сетях появляются стопперы, сообщающие покупателям о том, что эти товары произведены в Самарской области. Предприниматели, обладающие этими знаками, получают приоритет при участии в региональных ярмарках продуктов. Все эти меры позволяют увеличивать рынок сбыта.

Более 300 участников и 3000 товаров местного производства принимают участие в проекте и отмечены знаком качества.



Регион  
Вологодская  
область

Автор проекта  
Вологодский информационно-  
консультационный центр  
агропромышленного  
комплекса

Начало реализации  
2003 год

# Настоящий Вологодский продукт



### Вызов

- Сформировать комплексный
- подход к продвижению про-
- дукции местных компаний
- на рынке, обеспечить каче-
- ство локальных продуктов и
- их доступность для потреби-
- телей.

### Ценность проекта

- *Создание системы комплексной поддержки и продвижения местных производителей продуктов питания, благодаря которой они получили признание не только в Вологодской области, но и за ее пределами.*
- *Формирование узнаваемого бренда локальной гастропродукции.*

### Описание

Комплексный подход к продвижению знаковых продуктов региона сделал проект «Настоящий Вологодский продукт» одним из популярных гастрономических брендов страны. Основа успеха — репутация. Многолетний строгий контроль над тем, кому и за что выдавать знак «Настоящий Вологодский продукт» (введен в 2002 году), а также участие губернатора в проекте в качестве главного амбассадора местной продукции.

В рамках Системы добровольной сертификации разработаны жесткие требования к качеству, главное из которых — продукция не должна содержать химических ароматизаторов, красителей и консервантов, если без них можно произвести продукт.

Заключены соглашения с органами сертификации и аттестованными лабораториями. Предприятие подает заявку, комиссия проверяет техническую документацию, состав продукта, можно ли его допускать до сертификации. В случае положительного решения заявление принимается, и продукт отправляется на испытания, по итогам которых выдается сертификат. Кроме того, эксперты выезжают на предприятие, чтобы оценить условия производства. В результате обладателем товарного знака становится не изготовитель, а определенные виды его продукции. Повторные проверки после прохождения сертификации проводятся ежегодно.

Следующий важный этап — открытие федеральной сети фирменных магазинов, объединенных общим брендом и миссией предлагать покупателям только качественные и экологические продукты.

На 2025 год в системе добровольной сертификации участвуют 82 производителя, а товарным знаком «НВП» маркируется свыше 4700 наименований продукции. По результатам соцопроса, 55% жителей Вологодской области предпочитают покупать продукты этого бренда.



# Ресурсный центр внедрения инноваций и сохранения традиций в сфере культуры Республики Татарстан



## Вызов

- Выявление, изучение, сохранение, развитие и популяризация объектов нематериального наследия.

## Ценность проекта

- *Создание регионального реестра объектов нематериального наследия с включением в него гастрономических традиций.*
- *Реализация и поддержка просветительских проектов в области культуры.*
- *Повышение квалификации работников социокультурной сферы региона, исследование культуры и традиций.*



## Описание проекта

Ресурсный центр внедрения инноваций и сохранения традиций в сфере культуры Республики Татарстан — гуманитарный просветительский проект, который рассказывает об уникальных культурных ресурсах коренных народов, проживающих на этой территории. На сайте проекта можно узнать об интересных и важных событиях и людях из самых разных областей. История литературы и архитектуры, музыка, кино и театр, народные традиции и памятники природы Татарстана представлены в разных форматах от новостей до просветительских статей и интервью.

Задача сайта — показать конкурентный потенциал развития республики. В рамках проекта ведется большая прикладная работа по выявлению, изучению, сохранению, развитию и популяризации объектов нематериального наследия народов Татарстана. Область традиционной культуры — основной фокус Центра, и сегодня эта работа делается с помощью внедрения инновационных технологий.

В реестр объектов нематериального наследия, который формирует Центр, вошли традиции, связанные с гастрокультурой региона. Например, приготовление обрядовой каши на полевых молениях «Корман» у крышен, традиционный татарский суп «Умачлы аш» (суп-затируха), старинное традиционное татарское блюдо из теста с начинкой кыстыбый и другие.

В рамках работы Центра проводятся прикладные научные исследования, издаются журнал-альманах «Тугәрәк уен» и электронная газета Tatfolk, организуются культурно-массовые мероприятия, олимпиады и конкурсы, среди которых межрегиональный конкурс театральных коллективов. Также проводится республиканский конкурс «Ремесленник года — 2025», призванный развивать традиционные виды искусства и технологий, где отмечается как креативность в творчестве, так и создание образцов серийного производства.

# Проект «Западно-Сибирская гастрономия»



- **Вызов**
- Изучение и возрождение гастрономических традиций Западной Сибири.

## Ценность проекта

- Продвижение региональной кухни, участие в тематических фестивалях, мастер-классах, выставках и маркетинговых кампаниях.
- Объединение локальных игроков гастроиндустрии вокруг бренда «Западно-Сибирская гастрономия» и подготовка кадров по этому направлению.

## Описание проекта

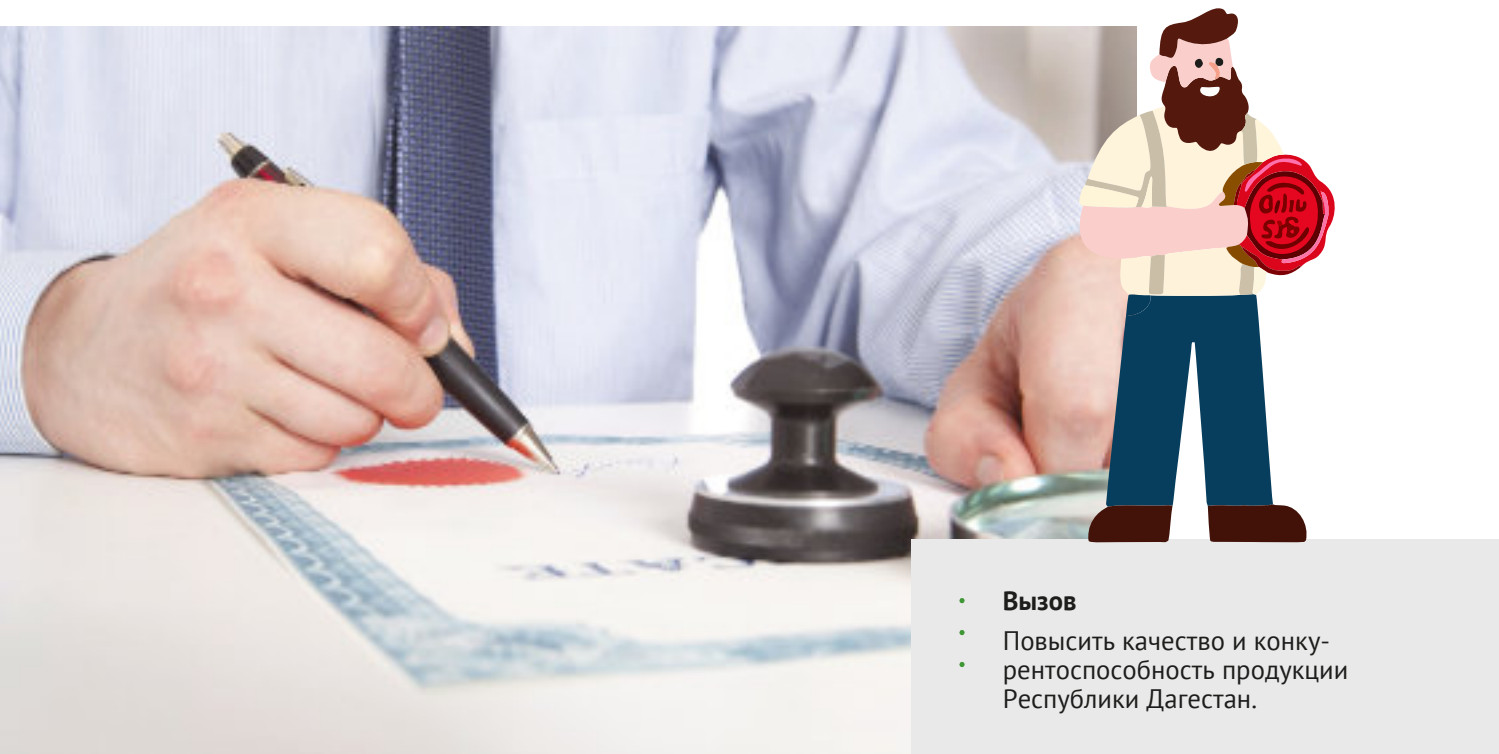
«Западно-Сибирская гастрономия» – исследовательский и просветительский проект о кухне региона на базе Тюменского техникума индустрии питания, коммерции и сервиса. Междисциплинарная рабочая группа изучает исторические факты традиций и особенностей Западно-Сибирской гастрономии, работает над возрождением аутентичности тюменской кухни с учетом современных тенденций в гастрономии региона.

Цель проекта – развивать и популяризировать гастрономические традиции Западной Сибири через сотрудничество образовательных организаций, предприятий в сфере гастроиндустрии, индустрии гостеприимства. В рамках проекта расширяются связи и форматы взаимодействия (центр компетенций) с индустриальными партнерами по подготовке профессиональных кадров под запрос региона. Например, создан интерактивный практикум «Проектируем образовательную программу будущего: авторская программа тюменских шефов».

В рамках проекта разработана и реализована совместно с индустриальными партнерами образовательная профессиональная программа по поварскому и кондитерскому делу. Особенность программы – приготовление блюд Западной Сибири. Кроме того, проводятся специальные мероприятия, среди которых интерактивный бинарный урок «Гастрономический калейдоскоп Западной Сибири: сервировка и традиции», гастроужин «Западно-Сибирская гастрономия», День бренда и другие.



# Система добровольной сертификации «Дагестанский продукт»



- **Вызов**
- Повысить качество и конкурентоспособность продукции Республики Дагестан.

## Ценность проекта

- *Повышение качества локальной продукции через создание условий для сертификации.*
- *Рост информированности потребителей о качественных дагестанских продуктах.*
- *Дополнение туристических продуктов аутентичной гастрономической составляющей.*

## Описание проекта

Система добровольной сертификации «Дагестанский продукт» — приоритетный проект региона, созданный в 2022 году для того, чтобы повысить качество и конкурентоспособность локально произведенной продукции. Система разработана и реализуется в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство».

За три года существования системы спрос на дагестанские продукты в России и кухню в целом вырос в разы. Этому прежде всего способствует развитие массового туризма в регион, где традиционная кухня — часть культуры и одна из ключевых достопримечательностей.

Сегодня бренд «Дагестанский продукт» для заявителей обладает рядом преимуществ при участии в закупках для государственных и муниципальных нужд. Например, обладателям товарного знака вместе с соответствующим сертификатом при закупках для изготовления горячего питания присваиваются дополнительные баллы. Это помогает в сбыте местным производителям сельскохозяйственной продукции. Создает дополнительный уровень защиты от проникновения несанкционированной продукции непроверенного качества и происхождения. Удобно, что сегодня местные производители благодаря сертификации могут подтверждать качество своей продукции непосредственно в Республике Дагестан: ранее для этого нужно было выезжать в другие регионы.

Товарный знак «Дагестанский продукт» зарегистрирован Роспатентом. Всего выдано 16 сертификатов соответствия в системе добровольной сертификации.



Регион  
Краснодарский край

Автор проекта  
Администрация  
Краснодарского края

Начало реализации  
2004 год

# Региональная система добровольной сертификации товаров и услуг «Кубанское качество»



Вызов

- Объединение усилий производителей локальных продуктов и администрации для продвижения региона и его гастрономической культуры.

Ценность проекта

- *Создание региональной системы добровольной сертификации качества.*
- *Запуск регионального конкурса в области качества, направленного на повышение информированности игроков рынка о культуре обслуживания потребителей.*
- *Сокращение количества нарушений в части требований нормативно-технической документации.*

Описание проекта

Система добровольной сертификации «Кубанское качество» была создана по распоряжению главы администрации Краснодарского края в 2004 году. Это один из первых в России примеров работы с региональным «зонтичным» брендом и продвижением собственных продуктов под этим брендом на своем и общероссийском рынках. Спустя 20 лет сертификат в сознании потребителей стал своеобразным стандартом качества местных товаров. Помимо этого, достигли синергетического эффекта: продукт, отмеченный знаком «Кубанское качество», продвигает Краснодарский край, а регион является инструментом продвижения для продукта.

В рамках системы в регионе работают 8 аккредитованных органов по сертификации, возможна сертификация 40 видов услуг. В поддержку проекта организован краевой конкурс в области качества «Сделано на Кубани». Производители Краснодарского края на безвозмездной основе могут размещать на упаковке победившей продукции знак качества «Сделано на Кубани», а также использовать его в маркетинговых целях. По итогам второго этапа XIII конкурса «Сделано на Кубани» в ноябре 2025 комиссия присудила знак качества 433 товарам от 82 локальных производителей. Важно отметить, что в конкурсе участвовали как гиганты, так и небольшие семейные предприятия.

Сегодня знаком «Сделано на Кубани» отмечен 3451 продукт 425 производителей. Каждый продукт прошел проверку на безопасность и качество.



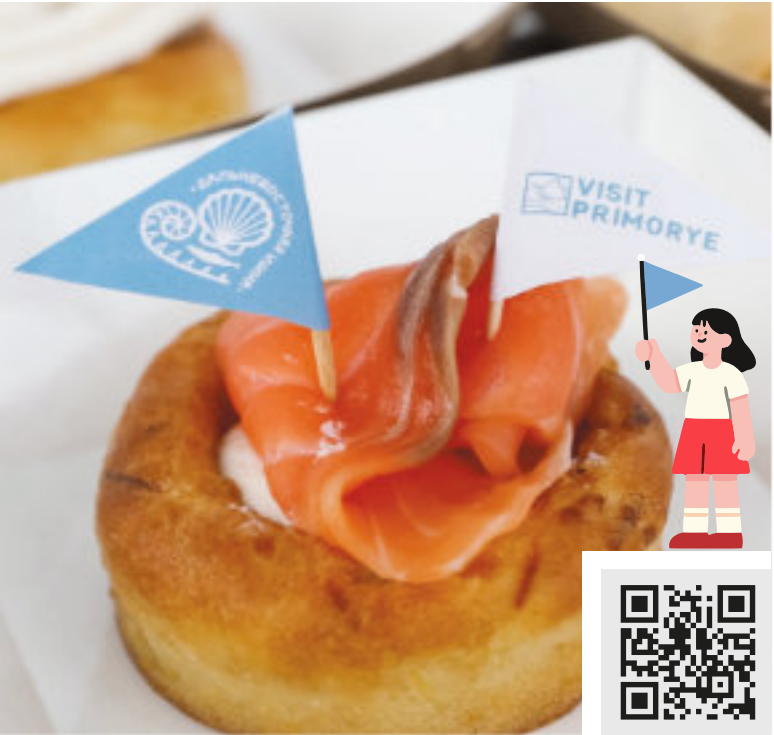
# Гастрономическая карта России



- **Вызов**
- Сделать кухню регионов России узнаваемой для туристов и для местных жителей. Интегрировать региональные продукты и блюда в инфраструктуру региона, от точек входа (аэропорт, вокзал, федеральная трасса) до завтраков в отелях, меню ресторанов и событийного кейтеринга, сувенирных и продуктовых магазинов, рынков.

## Ценность проекта

- *Изменение отношения к региональной кухне через демонстрацию ее экономического и социально-политического потенциала для местных властей и профессионального сообщества.*
- *Рост популярности локальных продуктов и повышение их качества.*
- *Запуск большого количества гастрофестивалей в регионах, которые способствуют популяризации местной гастрокультуры.*



## Описание проекта

Межотраслевой проект популяризации отечественной кухни и развития гастрономического туризма, который помогает сформировать в каждом регионе сообщество шеф-поваров, рестораторов, отельеров и производителей, объединенных идеей создания кулинарного образа местности. Успех проекта в системном подходе и методологии, отработанной на практике с десятками регионов. На первом этапе проходит исследование потенциала региона, организуется совместная с экспертами проекта и местными профессионалами экспедиция. Результаты исследования — ключевые продукты, блюда, традиции — тестируются в рамках проектной лаборатории, которую основывают на базе существующего профильного учебного заведения. Презентация лучших рецептов организуется в формате масштабного гастрономического фестиваля при поддержке правительства региона, что снижает стоимость порога входа для всех участников. Блюда, успешно прошедшие все «испытания», шеф-повара (которые участвуют в проекте) интегрируют в меню своих ресторанов. Все участники проекта дополнительно проходят отбор на основании списка критериев «локальности». Так главный критерий для ресторанов — действующее меню региональной кухни с использованием продуктов, характерных для этой местности. Список участников фиксируется на интерактивной карте-путеводителе, доступной на сайте проекта и в формате мобильного приложения.

В 2018 году на основе проекта Росстандартом зарегистрирована первая в стране система добровольной сертификации в сфере гастрономического туризма. В 2025 году в проекте приняли участие 73 региона. В рамках просветительского направления «Гастрономической карты» было издано 9 кулинарных книг.

# Сервис заказа еды в поезд и самолет «ЕдуЕм»



## Вызов

- Обеспечить доступ людей к персонализированному полноценному питанию во время поездки с помощью технологий, развить культуру питания в поезде и самолете.

## Ценность проекта

- Создание возможности для потребителей сохранить качественное привычное питание в дороге.
- Знакомство туристов с региональной гастрономией и национальными кухнями во время путешествия.
- Развитие российского ИТ-рынка и цифровизация туристической отрасли.

## Описание проекта

Сервис заказа еды (сайт и приложение) в поезд и самолет, задающий новый стандарт комфорта. Любимую еду из кафе и ресторанов теперь можно заказать с доставкой прямо к вагону поезда на железнодорожных станциях и к выходу самолета в аэропортах России.

Проект решает одну из главных проблем при путешествии поездом или самолетом — нормальное и полноценное питание в дороге. Как отмечают пользователи сервиса в отзывах, еда в командировках и поездках по городам России вышла на новый качественный уровень.

В предложении сервиса более 1000 блюд. Супы, горячее, салаты, пицца, суши, комбо-наборы. Доступны вегетарианские и диетические опции. Проект работает как с федеральными брендами «ВкусВилл», «Бургер Кинг», «Папа Джонс», так и с региональными несетевыми ресторанами. Предусмотрены возможности разных типов заказов: индивидуальный, групповой, B2B-заказы для туроператоров и организаторов спортивных команд, питание для детских групп.

В основе проекта лежит разработка интеллектуальной системы маршрутизации, которая позволяет таким образом рассчитать логистику, чтобы доставить еду в точку назначения максимально свежей. Это удалось реализовать благодаря интеграции с API «Яндекс Расписания».

«ЕдуЕм» резидент «Сколково» и участник реестра МТК (малых технологических компаний) Минэкономразвития Российской Федерации.

Сейчас 125 городов России охвачены проектом, в том числе 130 железнодорожных станций и 6 аэропортов. В нем участвуют более 400 магазинов, кафе и ресторанов. В 2024 году «ЕдуЕм» вошел в топ-5 стартапов России на Startech Awards, а в 2025 году показал рост 78% без дополнительных рекламных расходов.



# Ключевые шаги региона в части управления процессом

## 1. Сформировать управленческую архитектуру развития гастроиндустрии

Региону важно выстроить устойчивую систему управления, включающую:

- распределение ролей между ведомствами;
- определение оператора программы на региональном уровне;
- регулярный формат координации (рабочая группа, штаб, проектный офис);
- механизмы взаимодействия с бизнесом, экспертным сообществом и муниципалитетами.

Цель — обеспечить согласованность решений и непрерывность работы.

## 3. Сформировать систему обеспечения качества в гастроиндустрии

Регион может использовать сочетание государственных и рыночных инструментов качества:

- региональный знак качества продукции;
- локальные знаки или программы соответствия (например, Halal, Organic, China Friendly и др.), если в регионе есть целевой спрос;

## 2. Обеспечить мониторинг и аналитику развития гастроиндустрии и гостротуризма

Региону необходимо создать инструменты, позволяющие отслеживать динамику отрасли:

- сбор данных по ключевым показателям;
- регулярное обновление информации от бизнеса и муниципалитетов;
- анализ спроса, посещаемости, загруженности объектов, сезонности;
- применение гастрономического паспорта как инструмента базовой диагностики.

Цель — управлять отраслью на основе данных, а не отдельных наблюдений.

- методические рекомендации для бизнеса по работе с локальными продуктами и туристами.

Цель — повышать доверие посетителей и усиливать конкурентоспособность региона.

## 4. Развивать систему добровольной сертификации и стандартизации в гостротуризме

Региону важно поддерживать инструменты, которые помогают бизнесу работать с туристическими потоками:

- добровольная сертификация сервисов и маршрутов;
- создание критериев качества для объектов гостротуризма;
- разработка требований для гидов, экскурсионных программ, дегустационных площадок.

Цель — обеспечить безопасность и комфорт для туристов.

## 6. Поддерживать участие предприятий региона в оценках, премиях и профессиональных рейтингах

Это помогает повышать качество услуг и расширять профессиональные связи:

- содействие включению бизнеса в региональные, федеральные и международные рейтинги;
- стимулирование участия в профессиональных премиях и конкурсах.

Цель — формировать конкурентную среду и повышать узнаваемость региона.

## 5. Содействовать внедрению инноваций в гастроиндустрии и гостротуризме

Региону важно создавать условия для технологического и продуктового развития отрасли:

- взаимодействие с исследовательскими центрами и образовательными организациями;
- поддержка проектов, связанных с локальными продуктами, переработкой, устойчивым производством;
- внедрение цифровых технологий в обслуживании, доставке, бронировании, маркетинге;
- поддержка стартапов и инновационных сервисов в гостросфере.

Цель — модернизировать отрасль и повышать ее эффективность.

## 7. Интегрировать гастрономию в развитие туристических маршрутов и турпродуктов региона

Региону важно обеспечить согласованную работу туроператоров, муниципалитетов и гастро-бизнеса, чтобы гастрономия стала осмысленной частью туристического опыта. Необходимо:

- включать гастрономические объекты, локальные продукты и события в существующие и новые маршруты;
- формировать круглогодичные предложения, связанные с сезонностью продуктов и календарем событий;
- обеспечивать методическую поддержку туроператоров и гидов по работе с локальной кухней;
- развивать инфраструктуру, необходимую для гостротуристов (дегустационные площадки, фермы, производства).

Цель — сделать гастрономию функциональной частью туристического предложения региона.

# Региональные товарные знаки (НМТП И ГУ)

**Наименование места происхождения товара (НМПТ)** – словесное обозначение, представляющее собой наименование географического объекта.

**Географическое указание (ГУ)** – любое обозначение, которое позволяет идентифицировать товар, как происходящий с территории географического объекта.

**НМТП и ГУ** являются зарегистрированными региональными товарными знаками, которые подразумевают особый статус товаров, имеющих тесную связь с конкретным регионом и отличающихся уникальным качеством, связанным с местной средой и традициями производства.

**Источник:** rospatent.gov.ru

## Перечень региональных продуктов гастроиндустрии, зарегистрированных в качестве НМТП

| Регион                | Зарегистрированные НМПТ                     |
|-----------------------|---------------------------------------------|
| Алтайский край        | № 142 Алтайский мед                         |
|                       | № 166 Минеральная вода «Завьяловская»       |
|                       | № 44 Бехтемирская (минеральная вода)        |
| Амурская область      | № 86 Минеральная вода «Константиновская-1») |
| Архангельская область | № 67 Минеральная вода «Куртяевская»         |

| Регион                | Зарегистрированные НМПТ                    |
|-----------------------|--------------------------------------------|
| Астраханская область  | № 111 Астраханские арбузы                  |
|                       | № 112 Астраханские томаты                  |
|                       | № 174 Астраханская вобла                   |
|                       | № 175 Астраханский верблюд                 |
|                       | № 179 Астраханская осетровая икра          |
|                       | № 180 Астраханская томатная паста          |
| Белгородская область  | № 231 Хлеб «Городищенский»                 |
| Брянская область      | № 120 Сыр «Стародубский»                   |
|                       | № 58 Минеральная вода «Сельцовский родник» |
| Владимирская область  | № 53 Минеральная вода «Суздальская»        |
|                       | № 56 Минеральная вода «Селивановская»      |
| Волгоградская область | № 36 Минеральная вода «Горная поляна»      |
| Вологодская область   | № 104 Минеральная вода «Вологодская»       |
|                       | № 27 Вологодское масло                     |
| Воронежская область   | № 146 Сыр «Бобровский»                     |
|                       | № 45 Воронежский хлеб                      |
| Забайкальский край    | № 162 Минеральная вода «Кука-7»            |
|                       | № 141 Минеральная вода «Кука Курортная 45» |
|                       | № 62 № 62 Минеральная вода «Кука»          |

| Региональные товарные знаки (НМТП и ГУ) |                                                   |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Регион                                  | Зарегистрированные НМПТ                           |
| Иркутская область                       | № 100 Минеральная вода «Иркутская»                |
|                                         | № 232 Вода природная питьевая «Байкал» глубинная  |
|                                         | № 96 Минеральная вода «Мальтинская»               |
| Кабардино-Балкарская Республика         | № 90 № 90 Минеральная вода «Хабаз»                |
| Калининградская область                 | № 135 Минеральная вода «Зеленоградская настоящая» |
|                                         | № 85 Минеральная вода «Калининградская»           |
|                                         | № 94 Минеральная вода «Зеленоградская»            |
| Калужская область                       | № 75 Минеральная вода «Борисовская»               |
|                                         | № 95 Минеральная вода «Козельская»                |
| Камчатский край                         | № 176 Камчатская нерка                            |
|                                         | № 218 Сельдь олюторская                           |
| Карачаево-Черкесская Республика         | № 273 Карачаевская баранина                       |
|                                         | № 52 Минеральная вода «Архыз»                     |
|                                         | № 84 УМинеральная вода «Урочище Долины Нарзанов»  |
| Кировская область                       | № 127 Нолинские пряники                           |
|                                         | № 66 Минеральная вода «Нижне-Ивкинская № 2К»      |
| Костромская область                     | № 171 Караваево                                   |

| Региональные товарные знаки (НМТП и ГУ) |                                                 |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Регион                                  | Зарегистрированные НМПТ                         |
| Краснодарский край                      | № 101 Минеральная вода «Семигорская-1»          |
|                                         | № 102 Минеральная вода «Семигорская-6»          |
|                                         | № 103 Минеральная вода «Анапская»               |
|                                         | № 159 Краснодарский чай                         |
|                                         | № 164 Кубанское подсолнечное масло              |
|                                         | № 17 Абрау-Дюрсо                                |
|                                         | № 197 Кубанские яблоки                          |
|                                         | № 207 Кубанский ранний картофель                |
|                                         | № 215 Минеральная вода «Горячий Ключ, скв. 934» |
|                                         | № 253 Краснодарская земляника (клубника)        |
| Красноярский край                       | № 322 Минеральная вода «Горячий Ключ-6»         |
|                                         | № Минеральная вода «Горячий Ключ»               |
|                                         | № 51 Минеральная вода «Лабинская»               |
| Курганская область                      | № 57 Минеральная вода «Пластунская»             |
|                                         | № 198 Таймырский сиг                            |
|                                         | № 54 Минеральная вода «Шадринская»              |
|                                         | № 189 Курганское льняное масло                  |
|                                         | № 88 Минеральная вода «Шадринская-1»            |

| Регион                | Зарегистрированные НМПТ              |
|-----------------------|--------------------------------------|
| Ленинградская область | № 235 Выборгский крендель            |
|                       | № 245 Ивангородская минога           |
|                       | № 377 Копорский чай                  |
| Липецкая область      | № 41 Минеральная вода «Липецкая»     |
| Москва                | № 34 Минеральная вода «Московская»   |
| Московская область    | № 155 Луховицкий огурец              |
|                       | № 165 Коломенская пастила            |
|                       | № 331 Коломенский калач              |
|                       | № 49 Можайское молоко                |
| Новгородская область  | № 125 Минеральная вода «Усполюнь»    |
| Новосибирская область | № 161 Минеральная вода «Доволенская» |
|                       | № 28 Минеральная вода «Карачинская»  |
|                       | № 64 Минеральная вода «Дупленская»   |
| Омская область        | № 39 Минеральная вода «Омская»       |
| Оренбургская область  | № 208 Соль-Илецкие арбузы            |
|                       | № 233 Орские старогородские пирожки  |
|                       | № 246 Ириклинский лещ                |
|                       | № 252 Сыр «Бузулукский»              |

| Регион                  | Зарегистрированные НМПТ                        |
|-------------------------|------------------------------------------------|
| Пермский край           | № 136 Минеральная вода «Пермская»              |
|                         | № 212 Уинский мед                              |
|                         | № 216 Посикунчики «коми-пермяцкие с пистиками» |
| Приморский край         | № 71 Минеральная вода «Шмаковка»               |
| Псковская область       | № 221 Столбушинский сбитень                    |
|                         | № 222 Столбушинский звар                       |
| Республика Адыгея       | № 181 Минеральная вода «Майкопская»            |
|                         | № 188 Адыгейский чай                           |
|                         | № 248 Пиво «Майкопское»                        |
|                         | № 74 Сыр «Адыгейский»                          |
| Республика Алтай        | № 193 Мед Горного Алтая                        |
|                         | № 217 Горно-Алтайский марал                    |
| Республика Башкортостан | № 122 Бурзянский бортевой мед                  |
|                         | № 134 Минеральная вода «Ассы»                  |
|                         | № 157 Минеральная вода «Юматовская»            |
|                         | № 83 Башкирский мед                            |
|                         | № 93 Минеральная вода «Кургазак»               |
| Республика Бурятия      | № 59 Минеральная вода «Аршан»                  |
| Республика Дагестан     | № 105 «Дагестан» (алкогольная продукция)       |
|                         | № 106 «Дагестан» (алкогольная продукция)       |
|                         | № 137 «Кизляр» (алкогольная продукция)         |

| Региональные товарные знаки (НМТП и ГУ) |                                                     |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Регион                                  | Зарегистрированные НМПТ                             |
| Республика Ингушетия                    | № 283 Яблоко Ингушетии                              |
|                                         | № 109 Минеральная вода «Ачалуки»                    |
| Республика Карелия                      | № 241 Калитки карельские                            |
| Республика Коми                         | № 205 Воркутинская оленина                          |
| Республика Крым                         | № 143 «Магарач»(алкогольная продукция)              |
|                                         | № 144 Вина игристые «Новый Свет»                    |
|                                         | № 145 «Меганом» (алкогольная продукция)             |
|                                         | № 240 Минеральная вода «Крымская»                   |
| Республика Марий Эл                     | № 187 Горномарийский кравец                         |
|                                         | № 256 Марийский подкоготь (подкогыльо)              |
| Республика Северная Осетия – Алания     | № 168 Минеральная вода «Зарамаг»                    |
|                                         | № 172 Минеральная вода «Нижний Кармадон»            |
|                                         | № 87 Минеральная вода «Кармадон»                    |
| Республика Татарстан                    | № 107 Минеральная вода «Раифский источник»          |
|                                         | № 60 Минеральная вода «Мензелинская»                |
| Россия                                  | № 65 Русская водка                                  |
| Рязанская область                       | № 178 Рязанский леденец                             |
| Самарская область                       | № 63 Минеральная вода «Тольяттинская»               |
| Санкт-Петербург                         | № 11 Минеральная вода «Полюстрово»                  |
|                                         | № 9 Минеральная вода «Екатерингофская»              |
| Сахалинская область                     | № 268 Сахалинская природная сушеная морская капуста |

| Региональные товарные знаки (НМТП и ГУ) |                                               |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Регион                                  | Зарегистрированные НМПТ                       |
| Свердловская область                    | № 119 Минеральная вода «Обуховская-1»         |
|                                         | № 121 Минеральная вода «Обуховская-14»        |
|                                         | № 204 Минеральная вода «Обуховская-12»        |
|                                         | № 42 Минеральная вода «Обуховская-11»         |
|                                         | № 70 Минеральная вода «Обуховская-13»         |
| Севастополь                             | № 76 Минеральная вода «Обуховская-10»         |
|                                         | № 140 Балаклава (вино)                        |
| Ставропольский край                     | № 361 Байдарский мед                          |
|                                         | № 318 Минеральная вода «Нагутская-56»         |
|                                         | № 110 Минеральная вода «Смирновская»          |
|                                         | № 129 Эссендуки целебная                      |
|                                         | № 15 Нарзан                                   |
|                                         | № 177 Минеральная вода «Нагутская-4»          |
| Тверская область                        | № 23 Эссендуки                                |
|                                         | № 247 Минеральная вода«Нагутская-17»          |
|                                         | № 43 Минеральная вода «Железноводская»        |
|                                         | № 50 Минеральная вода «Славяновская»          |
|                                         | № 61 Минеральная вода «Нагутская»             |
| Тверская область                        | № 89 Минеральная вода «Машук № 19»            |
|                                         | № 97 Минеральная вода «Кисловодская целебная» |
|                                         | № 14 Минеральная вода «Кашинская»             |
| Тверская область                        | № 69 Минеральная вода «Карачаровская»         |

| Регион                          | Зарегистрированные НМТП                    |
|---------------------------------|--------------------------------------------|
| Тульская область                | № 32 Тульский пряник                       |
|                                 | № 156 Белевская пастила                    |
|                                 | № 200 Белевский пряник                     |
|                                 | № 213 Белевский зефир                      |
|                                 | № 214 Белевский мармелад                   |
|                                 | № 29 Минеральная вода «Краинская»          |
|                                 | № 386 Белевская меренга                    |
| Удмуртская Республика           | № 79 Минеральная вода «Увинская»           |
|                                 | № 80 Минеральная вода «Увинская жемчужина» |
|                                 | № 98 Минеральная вода «Варзи-ятчи»         |
| Ульяновская область             | № 72 Минеральная вода «Ундоровская»        |
| Челябинская область             | № 185 Минеральная вода «Карагайский бор»   |
| Чувашская Республика — Чувашия  | № 244 Шартан чувашский                     |
|                                 | № 255 Цивильский хмель                     |
|                                 | № 262 Чувашский хмель                      |
| Ямало-Ненецкий автономный округ | № 327 Оленина Ямала                        |
|                                 | № 184 Сыр «Улейма»                         |
|                                 | № 219 Вятские соленые огурцы               |
|                                 | № 289 Сыр «Ярославский»                    |
|                                 | № 290 Сыр «Угличский»                      |
| Ярославская область             | № 55 Минеральная вода «Угличская»          |

Перечень региональных продуктов гастроиндустрии, зарегистрированных в качестве ГУ

| Регион                          | Зарегистрированные НМТП          |
|---------------------------------|----------------------------------|
| Алтайский край                  | № 358 Соль «Бурлинская»          |
| Амурская область                | № 341 Пельмени «Амур»            |
|                                 | № 375 Завитинский мед            |
| Белгородская область            | № 379 Масло «Белгородское»       |
| Брянская область                | № 333 Пряник «Брянский»          |
|                                 | № 339 Брянская малина            |
| Владимирская область            | № 353 Гороховецкий пряник        |
| Вологодская область             | № 291 Вологодский иван-чай       |
| Воронежская область             | № 258 Воронежское мороженое      |
|                                 | № 382 Богучарские семечки        |
| Еврейская автономная область    | № 314 Шницель по биробиджански   |
| Забайкальский край              | № 337 Минеральная вода «Дарасун» |
| Запорожская область             | № 348 Мелитопольская черешня     |
| Иркутская область               | № 312 Качугское масло            |
|                                 | № 384 Белореченское яйцо         |
| Кабардино-Балкарская Республика | № 319 Минеральная вода «Малка»   |

| Регион                        | Зарегистрированные НМТП                                  |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Краснодарский край            | № 260 Кубань (вина, вина игристые)                       |
|                               | № 261 Мацеста чай                                        |
|                               | № 269 Семигорье (алкогольная продукция)                  |
|                               | № 271 Кубань. Таманский полуостров (вина, вина игристые) |
|                               | № 275 Кубань. Новороссийск (вина, вина игристые)         |
|                               | № 277 Кубань. Геленджик (вина)                           |
|                               | № 297 Кубань. Анапа (вина, вина игристые)                |
|                               | № 303 Кубань. Крымск (вина, вина игристые)               |
|                               | № 304 Кубань. Долина реки Афипс (вина)                   |
|                               | № 311 Дагомысчай                                         |
| Красноярский край             | № 323 Кубанский рис                                      |
|                               | № 302 Минусинское масло                                  |
| Курганская область            | № 288 Шадринский пряник                                  |
|                               | № 336 Курганское пиво                                    |
| Курская область               | № 325 Курский лимонад                                    |
| Луганская Народная Республика | № 392 Луганское мороженое                                |
| Московская область            | № 355 Коврижка зарайская                                 |
| Мурманская область            | № 270 Печень трески по-мурмански                         |
| Новосибирская область         | № 293 Федосихинские пельмени                             |
| Псковская область             | № 378 Печорский пряник                                   |

| Регион                              | Зарегистрированные НМТП                |
|-------------------------------------|----------------------------------------|
| Республика Адыгея (Адыгея)          | № 267 Майкопский лимонад               |
|                                     | № 280 Майкопская водка                 |
|                                     | № 287 Соль «Адыгейская»                |
| Республика Алтай                    | № 264 Казы Горного Алтая               |
| Республика Карелия                  | № 315 Карельский мед                   |
|                                     | № 362 Карельская земляника (клубника)  |
|                                     | № 381 Карельский мармелад              |
|                                     | № 383 Карельский иван-чай              |
| Республика Крым                     | № 324 Крымские яблоки                  |
|                                     | № 356 Холмовская земляника (клубника)  |
| Республика Марий Эл                 | № 345 Сернурский козий сыр             |
|                                     | № 380 Царевококшайский окорок          |
| Республика Мордовия                 | № 349 Мордовский сидр                  |
|                                     | № 388 Мордовская водка                 |
| Республика Северная Осетия – Алания | № 332 Минеральная вода «Хилак»         |
| Республика Татарстан                | № 372 Минеральная вода «Тарханская-4»  |
| Республика Хакасия                  | № 351 Фиточаи Хакасии                  |
| Рязанская область                   | № 316 Рязанское пиво                   |
| Санкт-Петербург                     | № 354 Ленинградские пышки              |
| Саратовская область                 | № 387 Подсолнечное масло «Саратовское» |

| Регион                                   | Зарегистрированные НМПП                |
|------------------------------------------|----------------------------------------|
| Свердловская область                     | № 294 Тагильское пиво                  |
|                                          | № 373 Молоко «Ирбитское»               |
| Севастополь                              | № 324 Крымские яблоки                  |
| Ставропольский край                      | № 321 Мороженое «Пятигорское»          |
|                                          | № 340 Подсолнечное масло «Ставрополье» |
| Тамбовская область                       | № 357 Пиво «Моршанское»                |
|                                          | № 371 Сыр «Мичуринский»                |
|                                          | № 391 Картофель «Тамбовский»           |
| Томская область                          | № 364 Бакcharская жимолость            |
| Тульская область                         | № 308 Белевская смоква                 |
| Тюменская область                        | № 307 Тюменский пломбир                |
|                                          | № 369 Водка «Тюменская»                |
| Удмуртская Республика                    | № 352 Удмуртские перепечи              |
| Ханты-Мансийский автономный округ – Югра | № 335 Таволжная моченая морошка        |
|                                          | № 359 Сосьвинская сельдь (тугун)       |

В каталоге использованы материалы из открытых источников и фотографии проектов, опубликованные на официальных сайтах и страницах социальных сетей, а также фотобанков: asi.ru, russia.ru, promptourism.ru, spbzavtrak.ru, shutterstock.com, photogenica.ru, pixabay.com.



прЕДУ  
по России

#ПрЕДУпоРоссии

#ГастроТуризм

#ГастроПаспорт

