



МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В РЕГИОНАХ РОССИИ В РАМКАХ ПРОЕКТА «Проеду по России»

Содержание

Резюме	5
Преамбула и миссия проекта	9
Цель и задачи Модели	11
Описание Модели	12
Система оценки внедрения Модели	30
Инструменты развития гастроиндустрии в рамках Модели	32
Основные аспекты влияния Модели на развитие региона	35
Взаимосвязь Модели с Национальными проектами	37
Рабочая группа проекта	40

Резюме

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 её развития.

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 **6 национальных проектов**.
- Проект АСИ по развитию гастроиндустрии будет способствовать развитию российских регионов и достижению **8 показателей эффективности губернаторов**.

Описание Модели

Модель включает **3 уровня** и **7 направлений развития**, а также **178 показателей**.

Уровни Модели

1 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 т. ч. через качество продуктов питания, их безопасность и доступность.

2 уровень. Гастрономическая индустрия: уровень, характеризующий усилия региональных команд по развитию производства продуктов питания и напитков, предприятий общественного питания и сервисных услуг в регионе.

3 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 рассматривается **7 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 её 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 используется 67 показателей национальных рейтингов качества жизни и инвестиционной привлекательности субъектов РФ.**
- **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 **внерейтинговые 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

Достигнут 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.

Преамбула и миссия проекта

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 культурных особенностей является необходимым условием улучшения качества жизни населения, что способствует росту экономики, развитию культуры и туризма в регионе в целом.

Агентство стратегических инициатив (АСИ) видит значительный потенциал в развитии гастроиндустрии российских регионов, фокусируясь на важности сохранения, популяризации и продвижения гастрономических традиций народов России.

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.

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.**

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 туристического потока, 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 используется **принцип региональной самодиагностики**. Данный подход предполагает предоставление необходимой информации непосредственно исполнительными органами субъектов федерации, использующими свои официальные документы.

Цель и задачи Модели

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 её 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, актуализация 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 потенциал регионов и новых социально-экономических связей.
- Сформировать универсальный инструмент для мониторинга развития гастрономической индустрии в регионах.
- Выявить лучшие практики регионов в сфере гастроиндустрии, в т.ч. для включения в российские и международные рейтинги с целью повышения туристической привлекательности, привлечения инвестиций и улучшения имиджа регионов на общероссийском и международном уровне.

Описание Модели

Уровни развития регионов в Модели

Современная гастрономическая индустрия, как связующий элемент, объединяет экономику, индустрию туризма и развлечений, маркетинг территорий, экологию, социальные вопросы и политику. Гастрономия — это ценный стратегический актив региона, который эффективно реализуется через развитие гастроиндустрии и гастротуризма. С учетом междисциплинарной природы данной сферы, она будет способствовать достижению целей комплексного устойчивого развития отдельных территорий и страны в целом.

Модель включает **3 уровня развития**, в рамках которых регион развивается по **7 направлениям**. Детальная структура модели, в том числе **профиль ответственных региональных органов исполнительной власти**, приведена в Приложении 1.

Модель развития гастрономической индустрии в регионе

1 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. Еда является важным элементом качества жизни, влияющим на развитие гастроиндустрии и гастротуризма. Эти отрасли напрямую зависят от наличия благоприятных условий для производства продуктов питания, их доступности населению и обеспечения продовольственной безопасности.

Включает показатели социальной сферы, экономики, здоровья, культуры и образования, экологии, продовольственной безопасности, инвестиционной привлекательности и др., а также прироста населения (в т.ч. переезда на постоянное место жительства из других регионов). **В состав показателей включено 28 показателей Национального рейтинга качества жизни в субъектах РФ и 25 показателей Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ.**

Уровни и количество показателей

Структура модели развития гастроиндустрии в регионе

*в столбцах таблицы указано количество показателей для диагностики

		НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ									Итого	
		Продуктовое предложение		Ценовое предложение	Региональная политика			Продвижение и маркетинг	Кадровое обеспечение	Экосистема и сообщество		Управление процессом
		Производство	Потребление		Развитие региона	Поддержка и развитие предпринимательства	Удовлетворенность региональной политикой					
УРОВНИ РАЗВИТИЯ	Уровень 1. Среда и качество жизни											
	Базовые показатели (рейтинги АСИ)	8	4	3	5	6	20	0	8	3	10	67
	Прогрессивные показатели (чек-листы)	0	7	0	8	0	0	7	0	3	11	36
	Итого:	8	11	3	13	6	20	7	8	6	21	103
	Уровень 2. Гастроиндустрия											
	Базовые показатели (статистика)	7	4	2	0	5	0	6	5	1	1	31
	Прогрессивные показатели (статистика)	0	6	1	2	0	0	0	4	0	1	14
	Итого:	7	10	3	2	5	0	6	9	1	2	45
	Уровень 3. Гастротуризм											
	Базовые показатели (статистика)	4	5	2	2	2	0	1	1	1	1	19
	Прогрессивные показатели (статистика)	0	5	0	0	0	0	1	1	0	4	11
	Итого:	4	10	2	2	2	0	2	2	1	5	30
	Общее количество показателей для диагностики в Модели	19	31	8	17	13	20	15	19	8	28	178
		11%	17%	4%	10%	7%	11%	8%	11%	4%	16%	

При формировании интегрального показателя в рамках Модели каждое направление развития имеет равный вес.

На базовом уровне происходит диагностика текущего состояния региона, выявляющая потенциал для роста гастрономической индустрии и привлечения туристов.

2 уровень. Гастрономическая индустрия: уровень, характеризующий усилия региональных команд по развитию производства продуктов питания и напитков, предприятий общественного питания и сервисных услуг в регионе.

Включает показатели деятельности объектов торговли и предприятий общественного питания (магазинов локальных продуктов, винотек, ресторанов, торговых сетей, ярмарок, фермерских рынков и т.д.); производителей гастрономической продукции (агрохолдингов, фермерских хозяйств, объектов виноградарства и виноделия, производителей алкогольных и безалкогольных напитков, производителей локальной продукции и т.д.). Включает 14 показателей Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ.

3 уровень. Гастрономический туризм: уровень, характеризующий усилия региональных команд по развитию туризма, ориентированного на изучение гастрономических традиций и культуры питания в регионе.

Включает показатели деятельности организаций, обеспечивающих туристический поток в регион на объекты гастрономической индустрии.

Связь трех уровней Модели становится замкнутым циклом взаимного влияния и поддержки, обеспечивающим устойчивое развитие региона: высокий уровень качества жизни населения, повышает интерес к традиционным рецептам и культурному наследию, одновременно увеличивая требования потребителей к качеству пищи и сервиса. Развитая конкурентная среда стимулирует предприятия гастрономической индустрии постоянно совершенствоваться, создавать уникальные блюда и применять современные технологии приготовления. Разнообразие местных производств, ресторанов, фермерских рынков, магазинов, проведение тематических фестивалей и дегустаций делают регион привлекательным для внутреннего и внешнего туризма. Развивающийся гастротуризм оказывает положительное воздействие на среду обитания и уровень жизни местного населения. Увеличивается количество рабочих мест в гостиничном бизнесе, сельском хозяйстве и торговле, улучшается состояние транспортной системы и городских пространств. Высокий спрос на региональные продукты и напитки активизирует деятельность предприятий гастроиндустрии, расширяя их рынок сбыта.

Направления развития региона в рамках Модели

В рамках каждого из трех уровней Модели рассматривается **7 направлений развития региона:**

- **продуктовое предложение** — местные продукты и их производители, ресторанный 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 её 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 в рамках Модели

Направления развития региона характеризуется группами показателей, которые формируются отдельно для каждого уровня развития в Модели. Показатели 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 используется 67 показателей национальных рейтингов качества жизни и инвестиционной привлекательности субъектов РФ.
- **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 **внерейтинговые показатели** через опрос жителей в регионе. В дальнейшем эти показатели могут войти в Национальный рейтинг качества жизни.

Структура и перечень показателей Модели представлены далее.

Показатели уровня 1 «Среда и качество жизни»

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Производство

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Количество субъектов МСП (включая ИП и самозанятых) в расчете на 1 тысячу человек населения
2. Оценка создаваемых условий для развития экспортной деятельности
3. Доля субъектов МСП, осуществляющих экспортную деятельность, в общей численности субъектов МСП
4. Международное присутствие регионального экспорта (уровень страновой диверсификации)
5. Разнообразие отраслей регионального несырьевого неэнергетического экспорта (в разрезе АПК и промышленного экспорта)
6. Уровень вовлеченности региона в несырьевой неэнергетический экспорт
7. Доля несырьевого неэнергетического экспорта субъектов МСП в общем объеме выручки субъектов МСП
8. Доля субъектов МСП, осуществляющих экспортную деятельность, в общей численности субъектов МСП

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Потребление

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Доля населения, проживающего в пределах 15-минутной пешей доступности от хотя бы одного продуктового магазина
2. Удовлетворенность объектами общественного питания
3. Количество торговых точек на 100 тыс. населения
4. Доля граждан, удовлетворенных качеством водопроводной воды
5. Прогрессивные показатели (чек-листы)
6. Магазины локальных продуктов (наличие)
7. Фермерские рынки, ярмарки (наличие)
8. Отделы локальных продуктов в магазинах региона (наличие)
9. Предприятия общественного питания, предлагающие в меню локальные блюда (наличие)

10. Рестораны национальной кухни, рестораны с меню с местными национальными блюдами и напитками (наличие)
11. Официальные реестры локальных продуктов, продукции и блюд (этническая, историческая, природная кухня) (наличие)
12. Объекты нематериального этнокультурного достояния (блюд традиционной кухни) в региональном и/или федеральном реестре ОНЭД (наличие)

Направление «ЦЕНОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Отношение среднемесячной номинальной заработной платы к стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг в регионе
2. Отношение среднедушевых денежных доходов населения к стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг в регионе
3. Оценка уровня своего дохода

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». Развитие региона

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Доля инвестиций от проектов, сопровождаемых региональными командами, в общем объеме инвестиций (за год)
2. Оценка объектов инвестиционной инфраструктуры
3. Доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям
4. Доля дорожной сети городских агломераций, находящаяся в нормативном состоянии
5. Доля сельских населенных пунктов, имеющих связь по дорогам с твердым покрытием с сетью дорог общего пользования в общем числе сельских населенных пунктов

Прогрессивные показатели (чек-листы)

1. Наличие утвержденной стратегии/концепции/дорожной карты развития гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры в регионе или раздел в другом документе

2. Наличие проектного офиса/рабочей группы по развитию гастроиндустрии при правительстве региона с участием первых лиц региона
3. Введение тематики гастрономической истории и культуры в школьную программу уроков родного края
4. Наличие локального меню в школьных столовых
5. Наличие утвержденной стратегии/концепции/дорожной карты развития гостротуризма в регионе или раздел в другом документе
6. Наличие проектного офиса/рабочей группы по развитию гостротуризма при правительстве региона
7. Включение региональных деловых и образовательных мероприятий по гастрономической индустрии и локальной гастрокультуре в официальные федеральные календари мероприятий
8. Включение региональных деловых и образовательных мероприятий по гастрономической индустрии и локальной гастрокультуре в официальный региональный календарь мероприятий

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». **Поддержка и развитие предпринимательства**

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Среднее время регистрации прав собственности
2. Среднее количество процедур при регистрации прав собственности
3. Среднее время получения разрешения на ввод в эксплуатацию объектов культурного наследия
4. Рейтинг ГЧП (государственно-частное партнерство)
5. Отношение суммы региональных налоговых льгот, выданных юридическим лицам и ИП, предоставленных юридическим лицам и ИП региональных субсидий и объема предоставленных ЮЛ и ИП мер стимулирования инвестиций к расходам консолидированного бюджета субъекта Российской Федерации (без учета бюджета территориального государственного внебюджетного фонда)
6. Доля компаний, столкнувшихся со случаями влияния на конкурентную среду со стороны органов власти

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА».
Уровень удовлетворенности региональной политикой»

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Оценка наличия возможностей для открытия бизнеса в регионе
2. Доля предпринимателей и людей, планирующих открыть свой бизнес, в общем количестве респондентов
3. Оценка легкости ведения бизнеса в регионе
4. «Удовлетворенность получением мер государственной поддержки в центрах «Мой бизнес»»
5. Оценка процедур получения арендных площадей, предоставляемых регионом субъектам МСП
6. Оценка удобства и понятности прохождения контрольно-надзорных мероприятий
7. Оценка обеспечения безопасности ведения бизнеса в части правоохранительной системы
8. Оценка эффективности работы Инвестиционного комитета
9. Оценка каналов прямой связи инвестора с руководством субъекта
10. Эффективность реагирования на обращения бизнеса
11. Оценка эффективности работы специализированной организации (Агентства развития) по привлечению инвестиций и работе с инвесторами
12. Оценка удовлетворенности получением консультационных и образовательных услуг, оказываемых организациями инфраструктуры поддержки МСП
13. Оценка качества реализации Инвестиционной карты
14. Оценка мер государственной финансовой поддержки (налоговые льготы, гарантии, субсидии)
15. Оценка эффективности институтов поддержки экспорта
16. Оценка создаваемых условий для развития экспортной деятельности
17. Удовлетворенность питанием в государственных организациях, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования
18. Удовлетворенность качеством дорог
19. Удовлетворенность инфраструктурой для пешеходов
20. Оценка возможности уехать из сельского населенного пункта на общественном транспорте

Направление «ПРОДВИЖЕНИЕ И МАРКЕТИНГ»

Прогрессивные показатели (чек-листы)

1. Доступность официальных презентационных видеоматериалов о гастрономических экскурсиях и турах в регионе
2. Наличие официального реестра гастросувениров в открытом доступе.
3. Региональный официальный интернет-ресурс по гастротуризму/ специализированный раздел по гастротуризму на сайте ТИЦ/страница в социальных сетях
4. Информация на иностранных языках на интернет-ресурсах по гастрономической тематике
5. Информационно-рекламные материалы ТИЦ по гастроиндустрии и гастротуризму
6. Специализированные рекламные и промокампании, направленные на продвижение гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры региона
7. Медиаконтент связанный с гастрономической индустрией и локальной гастрокультурой (ТВ, блоги, социальные сети и т.д.)

Направление «КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ»

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Оценка доступности среднего профессионального образования и профессионального обучения в своем регионе
2. Удовлетворенность получаемым образованием (среднее профессиональное образование и профессиональное обучение)
3. Оценка применимости образования на рынке труда (среднее профессиональное образование и профессиональное обучение)
4. Доля выпускников, трудоустроившихся по полученной специальности (профессии) в течение года после выпуска
5. Оценка доступности трудовых ресурсов необходимой квалификации
6. Оценка уровня подготовки выпускников СПО
7. Среднее время поиска сотрудников необходимой квалификации
8. Средняя стоимость поиска сотрудников необходимой квалификации

Направление «ЭКОСИСТЕМА И СООБЩЕСТВО»

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов)

1. Удовлетворенность проведением досуга в культурно–досуговых учреждениях
2. Удовлетворенность культурно-массовыми мероприятиями
3. Количество точек притяжения на 100 тыс. населения

Прогрессивные показатели (чек-листы)

1. Ассоциации гастрономической индустрии
2. Отраслевой кластер гастрономической индустрии
3. Объекты, связанные с региональными гастробрендами (памятники, культовые гастрономические места, которые ассоциируются с регионом)

Направление «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ»

Базовые показатели (показатели национальных рейтингов АСИ)

1. Доля предпринимателей, использующих передовые технологии в производстве
2. Оценка необходимой для ведения бизнеса недвижимости
3. Оценка эффективности подключения к электросетям
4. Оценка эффективности подключения к газопроводу
5. Оценка эффективности подключения к сетям водоснабжения
6. Оценка эффективности подключения к сетям водоотведения
7. Оценка эффективности подключения к сетям теплоснабжения
8. Объем выбросов в атмосферу загрязняющих веществ за отчетный год от сжигания топлива (для выработки электро- и теплоэнергии) на 100 тыс. населения
9. Доля граждан, которые видят улучшение экологической ситуации
10. Удовлетворенность качеством окружающей среды

Прогрессивные показатели (чек-листы)

1. Региональный знак качества продукции

2. Наличие центров исследований в области гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры
3. Наличие предприятий гастроиндустрии в экологических рейтингах ESG.
4. Участие в региональных, федеральных и международных рейтингах в сфере гастроиндустрии
5. Участие в региональных, федеральных и международных рейтингах в сфере гастротуризма
6. Участие в федеральных и региональных профессиональных премиях и конкурсах в сфере гастроиндустрии
7. Призовые места в федеральных и региональных профессиональных премиях и конкурсах в сфере гастроиндустрии
8. Участие в федеральных и региональных профессиональных премиях и конкурсах в сфере гастротуризма
9. Призовые места в федеральных и региональных профессиональных премиях и конкурсах в сфере гастротуризма
10. Участие в зарубежных профессиональных премиях и конкурсах (номинации в других конкурсах и премиях)
11. Призовые места в зарубежных профессиональных премиях и конкурсах

Показатели уровня 2 «Гастроиндустрия»

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Производство

Базовые показатели (данные официальной статистики)

1. Общее количество пищевых производств в регионе
2. Общее количество фермерских хозяйств в регионе
3. Общее количество винных хозяйств в регионе
4. Количество крупных предприятий с основным кодом ОКВЭД 10
5. Российский рынок реализации
6. Зарубежный рынок реализации
7. Экспорт продукции

Прогрессивные показатели (данные официальной статистики)

1. Магазины локальных продуктов (количество)
2. Фермерские рынки, ярмарки (количество)
3. Отделы локальных продуктов в магазинах региона (количество)

4. Предприятия общественного питания, предлагающие в меню локальные блюда (количество)
5. Рестораны национальной кухни, ресторанов с меню с местными национальными блюдами и напитками (количество)
6. Объекты нематериального этнокультурного достояния (блюда традиционной кухни) в региональном и/или федеральном реестре ОНЭД (количество)

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Потребление

Базовые показатели (данные официальной статистики)

1. Общее количество предприятий общественного питания в регионе
2. Количество ресторанов в регионе
3. Общее количество кейтеринговых компаний в регионе
4. Количество в регионе музеев, связанных с тематикой гастрономии, истории локальных продуктов

Направление «ЦЕНОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

Базовые показатели (данные официальной статистики)

1. Объем выделенных региональных субсидий, направленных на развитие гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры
2. Объем выделенных муниципальных субсидий, направленных на развитие гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры

Прогрессивные показатели (данные официальной статистики)

1. Средний чек в ресторанах региона

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». Развитие региона

Прогрессивные показатели (открытые официальные данные)

1. Обмен опытом с другими регионами у себя на территории
2. Обмен опытом с другими странами у себя на территории

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». **Поддержка и развитие предпринимательства**

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Совместное участие региона и предприятий в деловых мероприятиях в целях развития гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры
2. Наличие инвестиционных проектов с гастросоставляющей с участием крупного бизнеса
3. Наличие инвестиционных проектов с гастросоставляющей с участием МСП
4. Региональные меры нефинансовой поддержки, направленные на развитие гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры
5. Муниципальные меры нефинансовой поддержки, направленные на развитие гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры

Направление «ПРОДВИЖЕНИЕ И МАРКЕТИНГ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Локальные и туристические бренды в сфере гастрономической индустрии
2. ГУ и НМПТ
3. Участие в региональных деловых мероприятиях для развития гастроиндустрии
4. Участие в федеральных деловых мероприятиях для развития гастроиндустрии
5. Участие в международных деловых мероприятиях для развития гастроиндустрии
6. Продвижение лучших региональных практик в области гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры через публикации и размещение на специализированных порталах и специализированных изданиях

Направление «КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Наличие курсов повышения квалификации для поваров, шефов, управляющих, сомелье
2. Образовательные учреждения высшего, среднего и дополнительного профессионального образования в сфере гастроиндустрии
3. Проведение профориентационных экскурсий для школьников на локальные предприятия гастроиндустрии
4. Проведение стажировок для студентов на локальные предприятия гастроиндустрии
5. Проведение специализированных мероприятий, направленных на обучение в сфере гастроиндустрии

Прогрессивные показатели (открытые официальные данные)

1. Личные бренды и лидеры мнений в области гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры в регионе (известные представители индустрии в регионе, в т.ч. шефы, критики, гастроблогеры и т.д.)
2. Официальные амбассадоры региона по гастрономическому направлению
3. Вовлеченность молодежи в гастроиндустрию в регионе
4. Участие региональных институтов развития и деловых объединений в деятельности рабочей группы по развитию гастроиндустрии/гастротуризма в регионе

Направление «ЭКОСИСТЕМА И СООБЩЕСТВО»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Региональные предприятия (производство, общепит, туризм, институты развития), принимающие участие в специализированных мероприятиях гастроиндустрии и гастротуризма в регионе и за его пределами (мероприятия b2b и b2c)

Направление «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Сертификация и стандартизация в области гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры в регионе (знаки «Халяль», «Органик», China Friendly, Muslim Friendly и др.)

Прогрессивные показатели (открытые официальные данные)

1. Технологические стартапы в сфере гастроиндустрии

Показатели уровня 3 «Гастротуризм»

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Производство

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Объекты промышленного туризма в сфере гастрономической индустрии
2. Перерабатывающие производства, агрохолдинги, фермерские хозяйства (крупные), принимающие туры и экскурсии
3. Перерабатывающие производства, фермерские хозяйства (МСП), принимающие туры и экскурсии
4. Объекты винного туризма.

Направление «ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ». Потребление

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Гастрономические экскурсии (кроме объектов винного хозяйства)
2. Гастрономические экскурсии на объекты винного хозяйства
3. Гастрономические туры (кроме объектов винного хозяйства)
4. Гастрономические туры на объекты винного хозяйства
5. Путеводители и карты по гастрономическому туризму в регионе.

Прогрессивные показатели (открытые официальные данные)

1. Фестивали и другие мероприятия в регионе, направленные на популяризацию местной национальной кухни
2. Объекты, связанные с региональными гастробрендами (памятники, культовые гастрономические места, которые ассоциируются с регионом)
3. Туристические маршруты по местам, связанным с локальной гастрономией
4. Специализированные мероприятия гастроиндустрии и гостротуризма для сегмента b2b
5. Массовые мероприятия гастроиндустрии и гостротуризма для сегмента b2c

Направление «ЦЕНОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

Базовые показатели

1. Объем выделенных региональных субсидий, направленных на развитие гастрономического туризма
2. Объем выделенных муниципальных субсидий, направленных на развитие гастрономического туризма

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». Развитие региона

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Участие региона в межрегиональных, всероссийских, международных мероприятиях по развитию и популяризации гастрономической сферы
2. Участие региона в межрегиональных, всероссийских, международных мероприятиях по развитию и популяризации гастрономического туризма

Направление «РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА». Поддержка и развитие предпринимательства

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Региональные меры нефинансовой поддержки, направленные на развитие гастрономического туризма

- Муниципальные меры нефинансовой поддержки, направленные на развитие гастрономического туризма

Направление «ПРОДВИЖЕНИЕ И МАРКЕТИНГ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

- Количество отелей и других мест размещения, предлагающих на завтрак локальные продукты

Прогрессивные показатели (данные официальной статистики)

- Организация рекламных и информационных туров для СМИ, блогеров, турагентств и прочих представителей сферы туризма (за отчетный период), направленные на продвижение гастрономической индустрии и локальной гастрокультуры региона

Направление «КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

- Курсы гидов-экскурсоводов со спецификацией в гастро или винном туризме

Прогрессивные показатели (данные официальной статистики)

- Количество выпускников курсов гидов-экскурсоводов со спецификацией в гастро или винном туризме

Направление «ЭКОСИСТЕМА И СООБЩЕСТВО»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

- Туроператоры, ТИЦ, другие организации, предлагающих гастрономические, в том числе винные туры

Направление «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ»

Базовые показатели (открытые официальные данные)

1. Сертификация и стандартизация в области гастротуризма

Прогрессивные показатели (открытые официальные данные)

1. Региональный знак качества продукции в сфере гастротуризма
2. Межмуниципальные маршруты в сфере гастро- и винного туризма
3. Межрегиональные маршруты в сфере гастро- и винного туризма
4. Международные маршруты в сфере гастро- и винного туризма

Внерейтинговые показатели на базе Модели

Данные показатели являются маркером развития гастроиндустрии и гастротуризма в регионе и характеризуют осведомленность об этом местных жителей. Формируются путем опроса. Показатели могут быть добавлены **как внерейтинговые показатели** в Национальный рейтинг качества жизни.

Перечень вопросов:

Знаете ли вы локальные бренды в сфере гастроиндустрии вашего региона?	Да/нет
Покупаете ли вы продукты под брендами региона?	Да/нет
Какие категории продуктов под локальными брендами вы покупаете?	Выбрать из списка
Назовите 3–5 гастробрендов из вашего региона.	Открытый вопрос
В какие места в вашем регионе вы бы хотели совершить гастропутешествие?	Открытый вопрос
Какие регионы вы бы посетили с гастрономическими целями?	Открытый вопрос

Система оценки внедрения Модели

Каждому уровню Модели, направлению развития и показателю присваивается определенный вес, что составляет **Систему оценки внедрения Модели развития гастроиндустрии в регионе**. Каждый показатель имеет долю в общем весе группы. Все значения в рамках показателя ранжируются (числовые — с рангом от 1 для региона с лучшим результатом до 89, по количеству регионов; нулевой результат по показателю равен 90; бинарные имеют только два ранга — 1 и 0).

Общий балл по каждому региону рассчитывается по формуле:

$$\text{Общий балл по критерию} = (\text{Вес критерия}) / (N * (N - \text{ранг} + 1))$$

где N — количество регионов в выборке (89 регионов)

По итогам проведенного анализа и оценки рассчитывается **интегральный индекс**, на основе которого регионам присваивается одна из **трех категорий квалификации**, характеризующих развитие гастрономической индустрии в регионе:

- **Базовый уровень** (1 знак отличия — в соответствии с фирменным стилем (брендбука) АСИ на основе паттерна логотипа)
- **Продвинутый уровень** (2 знака отличия — в соответствии с фирменным стилем (брендбука) АСИ на основе паттерна логотипа)
- **Лидер** (3 знака отличия — в соответствии с фирменным стилем (брендбука) АСИ на основе паттерна логотипа)

Достигнут 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.

Регион развивается как в рамках отдельных категорий квалификации (развитие по уровням Модели), так и по уровням Модели в направлении повышения своей квалификации.

Итоги оценки региона представляются в виде графических моделей, соответствующих трем уровням:

Качество жизни и среда



Гастроиндустрия



Гастротуризм



Инструменты развития гастроиндустрии в рамках Модели

Гастрономическая индустрия является одной из важнейших областей экономики, оказывая существенное воздействие на уровень и качество жизни, физическое самочувствие и культурное обогащение людей. Сегодня гастрономическая индустрия обладает значительным экономическим потенциалом для регионов, особенно небольших городов и исторических поселений. Она способствует развитию малого и среднего предпринимательства, стимулирует местное производство, создаёт дополнительные рабочие места, улучшает качество жизни населения, сохраняет культурное наследие и служит средством мягкой дипломатии. Поддержка отрасли послужит системному развитию гастроиндустрии, объединяя усилия всех заинтересованных сторон.

Базовые инструменты

- › Координация деятельности ведомств и предприятий, в том числе частного бизнеса, поддержка профессиональных и межотраслевых сообществ, направленных на развитие региональной гастроиндустрии.
- › Создание общей концепции развития гастроиндустрии в регионе и дорожной карты.
- › Информационная поддержка, в виде продвижение информации о возможностях гастроиндустрии и гостротуризма региона через СМИ и социальные сети, консультационные услуги, приглашение профильных блогеров, шеф-поваров и СМИ в регион.
- › Привлечение экспертов и содействие участию региональных продуктов и гастромероприятий в профильных рейтингах, конкурсах, премиях.
- › Внедрение финансовых мер поддержки (грантов, субсидий, стипендий, налоговых льгот и др.) представителям компаний общественного питания, пищевых производств и хозяйств для развития необходимой инфраструктуры, а также реализовать программы, направленные на поддержку гастрономической индустрии как важного инструмента формирования имиджа и экономического роста регионов, сохранения национальных и региональных кулинарных традиций, включая традиционные региональные блюда.

- Создание центрального института изучения и сохранение гастрономии регионов России.
- Проведение исследований по выявлению гастрономической идентичности региона (в том числе изучение гастрономического наследия и гастрономического настоящего в регионе, определение ключевых региональных продуктов, блюд и напитков). Исследование исторического гастрономического наследия региона, содержащее следующие элементы:
- Исследование истории региона в плане становления и развития кулинарного опыта.
- Исследование уникального своеобразия местной исторической кухни.
- Анализ элементов этой кухни: продуктов, технологий обработки, типа и характера пищи, обычаев подачи блюд.
- Анализ существующей картины общественного питания в регионе.
- Поиск резервов для гостротуризма.
- Систематизация возможных мер содействия развития гостротуризма.
- Выработка стратегии и программы мер по продвижению гостротуризма в регионе.
- Предоставление площадей для продвижения блюд традиционной региональной кухни и локальных продуктов. Предоставление в долгосрочную аренду площадок в исторических местах под яркие, аутентичные проекты в сфере гостротуризма (открытое производство уникального продукта, приготовление блюд, образовательных и развлекательных мероприятий вокруг регионального продукта). Предоставление площадок для мероприятий, продвигающих региональную гастрономию.
- Инициирование разработки специальных гастрономических туристических продуктов (гастрономических туров и экскурсий), связанных с блюдами традиционной региональной кухни и локальными продуктами.
- Содержательное наполнение гастрономического паспорта региона
- Брендирование региональных продуктов и проводимых событий, поддержка их выхода на межрегиональный и международный уровень.
- Развитие инфраструктуры (дороги, туалеты, парковки, аэропорты и вокзалы, общедоступный вайфай и др.)

Продвижение

- Распространение информации о возможностях гостротуризма региона через ТИЦ

- › Организация региональных мероприятий с акцентом на блюда традиционной региональной кухни и локальные продукты.
- › Создание каталогов, отраслевых порталов ориентированных на продвижение блюд региональной кухни и локальных продуктов.
- › Проведение премий, конкурсов, активности в т.ч. в образовательной среде нацеленных на продвижение блюд традиционной региональной кухни и локальных продуктов.
- › Создание обновляемого перечня региональных гастрономических сувениров и продуктов
- › Создание туристических продуктов, включающих знакомства с блюдами традиционной региональной кухни и локальными продуктами.
- › Размещение информации о блюдах традиционной региональной кухни и локальных продуктах на туристических информационных порталах.

Система образования

- › Создание образовательных программ и мероприятий в сфере гастрономии, в частности с акцентом на блюда традиционной региональной кухни и локальные продукты. Образовательные программы —по гастрономии и кулинарии, что позволяет людям получить профессиональное образование и применить его в работе и сохранить наследие региональной кухни.
- › Организация обучения и стажировок местных рестораторов, производителей, шеф-поваров

Туристическая инфраструктура

- › Введение блюд традиционной региональной кухни в меню предприятий общественного питания всех форматов (ресторан, столовая, кафе)
- › Использование блюд и продукции в средствах размещения с дополнительной идентификацией в меню или на стойке.
- › Распространение региональных гастрономических сувениров и локальных продуктов в рамках идентификации регионов в средствах размещения, предприятиях торговли и общепита, на вокзалах и при проведении массовых мероприятий.

Основные аспекты влияния Модели на развитие региона

Модель направлена в первую очередь на решение региональных вопросов и содействие руководству субъектов Российской Федерации в **достижении национальных целей и приоритетов через усиление локальных компетенций.**

1. Экономика:

- **создание рабочих мест:** гастроиндустрия и гастротуризм стимулируют создание рабочих мест не только в ресторанах и кафе, но и в смежных отраслях: сельское хозяйство (фермеры, производители продуктов), логистика, производство сувениров, экскурсионные услуги, гостиничный бизнес.
- **увеличение доходов:** увеличивается приток средств в местную экономику за счет расходов местного населения и туристов на еду, напитки, проживание, транспорт и покупки, что способствует росту ВРП (валового регионального продукта).
- **поддержка местного производства:** растет спрос на местные, аутентичные продукты, что стимулирует развитие малого и среднего бизнеса в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности, при этом фермеры получают новые рынки сбыта, а производители — возможность расширять ассортимент.
- **диверсификация экономики:** регионы, сильно зависящие от одного вида экономики, могут диверсифицировать источники дохода, добавляя гастротуризм, что делает их более устойчивыми к экономическим шокам.
- **развитие промышленного туризма:** гастротуризм пересекается с промышленным туризмом, предлагая туристам возможность посетить предприятия в сфере пищевой промышленности, что дает возможность не только поддерживать интерес со стороны туристов, но и развивать кадровый потенциал региона и привлекать инвестиции в отрасль.
- отдельным направлением в рамках модели является **создание современных образовательных подходов в школах**, специальных и высших учебных заведениях, которые помогут рассказать о гастрономическом богатстве региона, сформируют актуальные и профессиональные навыки у подрастающего поколения.

2. Качество жизни:

- с ростом туристического потока **регион инвестирует в дальнейшее улучшение инфраструктуры**: дороги, гостиницы, рестораны, информационные центры, что выгодно как туристам, так и местным жителям.
- **развитие сельских территорий**: гастротуризм часто пересекается с сельским туризмом, предлагая туристам возможность посетить фермы, винодельни, попробовать продукты «от производителя», принять участие в мастер-классах по приготовлению местных блюд, что способствует развитию сельских территорий.

3. Привлекательность региона для проживания, туризма и инвестиций:

- **традиции**: гастротуризм способствует сохранению и возрождению старинных рецептов, кулинарных техник и местных продуктов, которые могли быть забыты, подчеркивает уникальность региональной кухни.
- **укрепление идентичности**: еда является мощным элементом культурной идентичности, продвижение местной кухни укрепляет гордость жителей за свой регион и его особенности.
- **межкультурный обмен**: туристы знакомятся с местными обычаями, историей и образом жизни через призму еды, что способствует культурному обмену.
- **уникальные гастрономические предложения** могут стать «визитной карточкой» региона, привлекая внимание и создавая положительный имидж, что привлекает не только туристов, но и потенциальных инвесторов.
- регион может быть включен в различные гастрономические маршруты и путеводители, повышая **свою привлекательность**.

Взаимосвязь Модели с Национальными проектами

Модели и проекты, которые реализует АСИ, направлены на решение 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 следующих национальных проектов** (стартовавших с 1 января 2025 года):

- **«Туризм и гостеприимство».** Создание доступных и удобных средств размещения для туристов.
- **«Технологическое обеспечение продовольственной безопасности».** Увеличение доли российской техники в АПК.
- **«Эффективная и конкурентная экономика».** Стимулирование роста МСП, повышение производительности труда, обеспечение притока инвестиций в основной капитал.
- **«Семья».** Оказание поддержки родителям с детьми, помощь старшему поколению.
- **«Молодёжь и дети».** Создание условий для самореализации молодого поколения граждан.
- **«Кадры».** Обеспечение экономики востребованными сотрудниками.

Взаимосвязь Модели с Национальными проектами и показателями эффективности губернаторов

Реализация целей в рамках Нацпроектов (с 01.01.25):

- Туризм и гостеприимство
- Семья
- Молодёжь и дети
- Технологическое обеспечение продовольственной безопасности
- Эффективная и конкурентная экономика
- Кадры

Показатели эффективности губернаторов (от 28.11.24):

- › Численность населения субъекта
- › Ожидаемая продолжительность жизни
- › Условия для воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности
- › Качество среды для жизни в опорных населенных пунктах
- › Качество окружающей среды
- › Темп роста физического объема инвестиций в основной капитал
- › Темп роста дохода в расчете на работника субъекта малого и среднего предпринимательства

Показатели национальных рейтингов качества жизни и состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации

- › 28 показателей Национального рейтинга качества жизни в субъектах РФ
- › 39 показателей Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ

Проект АСИ в области гастроиндустрии будет способствовать развитию российских регионов и достижению **следующих показателей эффективности губернаторов** (утвержденных 28 ноября 2024 года):

- › Численность населения субъекта.
- › Ожидаемая продолжительность жизни при рождении.
- › Эффективность системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи.
- › Условия для воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности.
- › Качество среды для жизни в опорных населённых пунктах.
- › Качество окружающей среды.
- › Темп роста физического объёма инвестиций в основной капитал, за исключением инфраструктурных монополий и бюджетных ассигнований федерального бюджета.
- › Темп роста дохода в расчёте на работника субъекта малого и среднего предпринимательств.

Рабочая группа проекта

Агентство стратегических инициатив



Ольга Захарова

заместитель генерального директора — директор Дивизиона «Городская экономика» Агентства стратегических инициатив



Екатерина Суменкова

руководитель программы дивизиона «Городская экономика» Агентства стратегических инициатив



Ольга Шандуренко

директор проектов дивизиона «Городская экономика» Агентства стратегических инициатив

Эксперты



Александр Иванов

заместитель генерального директора АНО «Конгресс-бюро г. Москвы»



Алексей Чуваев

заместитель генерального директора Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C



Сергей Рыжов

руководитель АНО «Агентство бизнес коммуникаций», специалист по GR и PR, стратегическому развитию территорий, инициатор проекта ПромТуризм РФ, основатель Агрегатора promtourism.ru



Елена Четыркина

руководитель департамента маркетинга Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C



Марина Миронова

гастрономический журналист, исследователь, бренд-маркетолог региональной кухни



Юлия Ошарина

маркетолог Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C



Алевтина Золотарева

генеральный директор бюро позиционирования SPICA



Леонид Гелибтерман

Президент Международного эногастрономического центра, председатель комитета по гастрономическому туризму РСТ



Наталья Кисельникова

эксперт и лектор образовательного курса проекта «Промтуризм.Практикум»



Екатерина Дюрр

Бренд-директор направления HoReCa и специальных проектов Компании «Эко-Нива-Продукты питания»



Дарья Островская

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



Елена Меркулова

Совладелец и генеральный директор компании «ПИР Экспо»



Лейли Мифтахова

Руководитель управления развития малых форм хозяйствования и кадрового обеспечения АПК Министерства сельского хозяйства и продовольствия Самарской области



Михаил Шенштейн

Генеральный директор компании Тартар Медиа



Лариса Невидайло

Основатель ресторанной компании «Максим»



Евгения Щербакова

Директор по b2b маркетингу МЕТРО



Владислав Пискунов

Бренд-шеф ресторана



Сергей Хорошутин

Министр по туризму Пермского края



Андрей Попков

Исполнительный директор Ассоциации «Крестьянских (фермерских) хозяйств и организаций агропромышленного комплекса Сибири»



Екатерина Шаповалова

Автор-методист федерального проекта «Гастрономическая карта России»



Мария Трофимова

Директор Департамента потребительского рынка и туризма Тюменской области

