**Рекомендации по обеспечению соблюдения положений
Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь**

**I. Общая часть**

Продовольственная безопасность является важнейшей составляющей национальной безопасности и необходимым условием реализации стратегического национального приоритета – обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности.

Доктрина национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.12.2017 № 962 (далее – Доктрина), основывается, в том числе, на новых условиях обеспечения национальной продовольственной независимости.

Продовольственная независимость государства оценивается по десяти группам продуктов (зерно, молоко, мясо, сахар, масло растительное, картофель, овощи, фрукты и ягоды, яйца, рыба) и следующим уровням:

* *оптимистический* – достаточный для обеспечения потребности внутреннего рынка за счет собственного производства на 80 – 85 процентов, импорта – 15 – 20 процентов;
* *недостаточный* – уровень производства, который обеспечивает потребность внутреннего рынка более чем на 60 процентов, но менее чем на 80 процентов;
* *критический* – уровень производства, ниже которого наступает ослабление экономической безопасности.

Обеспечение национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь сопряжено с влиянием внешних и внутренних факторов и угроз.

Внешние угрозы являются следствием состояния макроэкономики и открытости национальной экономики, включая, в том числе:

* неблагоприятное изменение конъюнктуры мирового рынка (повышение цен или снижение объемов предложения);
* импорт продовольствия, не соответствующий требованиям высокого качества и здорового питания.

Своевременное выявление, оценка, прогнозирование и упреждение внутренних и внешних угроз продовольственной безопасности, минимизация их негативного влияния являются одной из основных задач обеспечения национальной продовольственной безопасности.

Для оценки состояния национальной продовольственной безопасности используются индикаторы и их пороговые значения, отклонение от которых свидетельствует о снижении уровня защищенности национальных интересов и ситуации, требующей принятия соответствующих мер регулирования.

Одним из индикаторов экономической доступности сельскохозяйственной продукции и продовольствия является доля продажи продовольственных товаров отечественного производства организациями торговли на внутреннем рынке в общем объеме продаж – не менее 85 процентов.

Доля реализации организациями торговли товаров отечественного производства по основным группам, определяющим продовольственную независимость государства, по итогам 2021 года:

* достаточна – по мясу и мясным продуктам (реализация товаров отечественного производства организациями торговли составила 99,7 процентов), сахару (99,5 процентов), сырам (91,5 процент), маслу сливочному (99,9 процентов), картофелю (91,1 процент), яйцам (100 процентов), муке (94,6 процента);
* недостаточна – по маслу растительному (14,6 процентов), фруктам и орехам (8,1 процентов), яблокам (29,4 процентов), рыбе (14,4 процентов), макаронным изделиям (65 процентов).

Среди главных критериев достижения цели по развитию национальной продовольственной безопасности до 2030 года, установленных Доктриной, – снижение доли продовольственных товаров импортного производства в объеме продаж организаций торговли на внутреннем рынке до 14 процентов к 2030 году.

Вместе с тем по итогам 2021 года доля импортных продовольственных товаров в продаже организациями торговли составила 23,4 процента. Высокой остается доля отдельных импортных продуктов в розничном товарообороте организаций торговли: фруктов – 91,9 процент, масла растительного – 85,4 процентов, рыбы – 85,6 процентов, крупы гречневой – 62,3 процента, кондитерских изделий из сахара – 50,6 процентов, фруктовых и овощных соков – 36,2 процентов, макаронных изделий – 35 процентов.

**II. Рекомендации по обеспечению соблюдения положений Доктрины**

В целях обеспечения продовольственной независимости страны, экономической доступности жизненно необходимых продуктов питания всем категориям населения в полном объеме и недопущения роста цен на социально значимые товары МАРТ **рекомендует при реализации (поставке) продовольственных товаров, в том числе социально значимых**:

**1. субъектам торговли:**

1.1. обеспечить достижение удельного веса продовольственных товаров отечественного производства в объеме розничного товарооборота организации по итогам 2022 года на уровне **не ниже:**

* ***оптимистический* – 85 процентов**;
* ***недостаточный –*80 процентов;**

1.2. с учетом международной практики популяризации национальных товаров обеспечить размещение и выкладку товаров отечественного производства **в визуально и физически доступных местах** способами согласно приложению, обозначение мест размещения и выкладки товаров отечественного производства специальной вывеской или надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусi» или аналогичными средствами согласно приложению;

**2. субъектам торговли, производителям и поставщикам товаров:**

Ограничить **совокупный размер любых вознаграждений (премий, бонусов
и иных платежей), предоставляемых** в связи с приобретением социально значимых продовольственных товаров отечественного производства
в определенном количестве, либо выполнением иных условий, определенных гражданско-правовым договором в качестве обязательных для предоставления таких вознаграждений, в том числе за оказание услуг, направленных на продвижение социально значимых продовольственных товаров отечественного производства, путем рекламирования таких товаров и (или) используемых для их обозначения товарных знаков, исследования потребительского спроса, проведения маркетинговых исследований и (или) подготовки информации
о таких исследованиях, подготовки иной отчетности, содержащей информацию о социально значимых продовольственных товарах отечественного производства, оказание иных подобных услуг, в размере, не превышающем **пять процентов от цены (без учета НДС) приобретенных социально значимых продовольственных товаров отечественного производства**;

**3. субъектам торговли, реализующим товары посредством интернет-магазинов:**

3.1. обеспечить наличие в продаже в интернет-магазинах, владельцами которых являются субъекты хозяйствования Республики Беларусь, товаров отечественного производства;

3.2. обеспечить визуальное (информационное) обозначение товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов (например, цветами Государственного флага Республики Беларусь, белорусским орнаментом и т.п.);

3.3. обеспечить техническую возможность выборки товаров на сайтах интернет-магазинов по поисковому запросу (например, «производство Беларусь» и т.п.);

3.4. расширить практику онлайн-проектов заказов и доставки (в том числе экспресс-доставка) товаров отечественного производства;

3.5. освоить разработку и внедрение мобильных приложений для продажи товаров с использованием сети Интернет

**III. Заключительные положения**

Настоящие рекомендации подлежат размещению на официальном сайте МАРТ
и вступают в силу с 1 марта 2022 г.

Приложение

**СПОСОБЫ**

размещения и выкладки товаров отечественного производства в визуально и физически доступных местах, обозначения мест размещения и выкладки товаров отечественного производства

Размещение товаров – распределение товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения.

Выкладка – способы расположения, укладки и демонстрации товаров в торговом зале на торговом оборудовании.

Первичная выкладка – расположение товара среди схожих товаров (категорий товара) других производителей или торговых марок на традиционных торговых площадях – полках, витринах. Эта выкладка всегда приоритетна.

Вторичная выкладка (дополнительные точки продаж) – расположение товара на нетрадиционных торговых площадях (нестандартные конструкции – дисплеи, стойки, корзины, различные «горки» и «пирамиды» из товаров, специальные брендированные стеллажи и др.), дублирует выкладку товара в основном месте продажи. Вторичная выкладка производится из одного товара или из товара одного производителя.

Указанная норма рекомендаций считается выполненной при размещении и выкладке товаров отечественного производства в торговом зале с соблюдением следующих условий:

**ВИЗУАЛЬНО**

* в целом обеспечена обозреваемость товаров отечественного производства, позволяющая показать покупателям весь имеющийся ассортимент товаров отечественного производства (ширина и глубина выкладки);
* товар должен располагаться так, чтобы покупатель имел возможность его рассмотреть без дополнительных усилий и приспособлений, все товары отечественного производства должны выкладываться фронтально, лицевой стороной (этикетками и рисунками на упаковке) в сторону, обращенную к покупателю;
* товар отечественного производства должен иметь достаточный «фейсинг» (определенное количество товаров в одинаковой упаковке, выставляемых на полке), не менее чем аналогичный товар иностранного производства, в том числе товар СТМ, расположенный рядом;
* выкладка товаров отечественного производства производится способом, позволяющим покупателям визуально выделить указанные товары от иных товаров, и сопровождается информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусi» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, воблеры, ленты и др.).

**ФИЗИЧЕСКИ ДОСТУПНЫЕ МЕСТА**

* товары отечественного производства размещаются и выкладываются в торговом зале таким образом, чтобы обеспечивались свободный проход и доступ к ним покупателей без дополнительных физических усилий;
* товары отечественного производства выкладываются в большом количестве (максимальное количество SKU с учетом соблюдения ассортиментного перечня товаров) таким образом, чтобы покупатель мог легко взять их.

**ВЫКЛАДКА ТОВАРА**

**Горизонтальная**

* тот или иной товар размещается вдоль по всей длине оборудования, на самой нижней полке размещается товар самых больших размеров, товар выкладывается слева направо по уменьшению объема;
* уровень расположения товаров отечественного производства на стеллажах: 2 – 3-я полки сверху на уровне глаз и рук покупателей, не ниже 110 ±20 см от пола;
* длина выкладки товаров отечественного производства соразмерна длине, занимаемой аналогичными товарами иностранного производства, в том числе товарами СТМ, в случае значительного
(в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, длина выкладки таких товаров не должна превышать длину выкладки товаров отечественного производства более чем в
2 раза);
* при одинаковом количестве SKU товаров отечественного и иностранного производства, в том числе товаров СТМ, не допускается дублирование только последних.

**Вертикальная**

* однородные товары выкладываются на полках по вертикали. сверху вниз;
* ширина выкладки товаров отечественного производства не менее 40–50 см или соразмерна ширине, занимаемой аналогичными товарами иностранного производства, в том числе товарами СТМ (в случае значительного (в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, ширина выкладки таких товаров не должна превышать ширину выкладки товаров отечественного производства более чем в 2 раза).

**Комбинированная**

* сочетание горизонтального и вертикального способов выкладки товаров;
* уровень расположения товаров отечественного производства на стеллажах: 2 – 3-я полки сверху на уровне глаз и рук покупателей, не ниже 110 ±20 см от пола, ширина выкладки товаров отечественного производства не менее 40-50 см (в случае значительного (в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, ширина выкладки таких товаров не должна превышать ширину выкладки товаров отечественного производства более чем в 2 раза).

**Дисплейная (дополнительная точка продаж)**

* отдельно стоящий фирменный стенд или стойка, не привязанные к основной точке продажи этого товара;
* максимально доступное размещение фирменного оборудования в центре зала или недалеко от входа, позволяющее покупателям визуально выделить отечественные товары, может сопровождается информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусi» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, воблеры, ленты и др.).

**Паллетная**

* расположение одного наименования товара на паллете и похожей конструкции в одном конкретном месте;
* отечественные товары визуально крупным ценником и сопровождаются информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусi» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, воблеры, ленты и др.).

**Общее**

* полка (стенд, стойка, паллет и др.) должна быть максимально заполнена отечественным товаром в глубину.

В случае отсутствия в данной категории товаров отечественного производства, места и (или) полочное пространство заполняются другими товарами по усмотрению субъекта торговли.