

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, определяющих продовольственную независимость государства для обеспечения продовольственной безопасности, по итогам 2020 года:

- достаточна – по мясу и мясным продуктам (реализация отечественного производства организациями торговли составила 99,7 процента), сахару (93,2 процента), молочной продукции (уровень самообеспечения населения превышает на 140,8 процента), картофелю (92,1 процента), яйцам (100 процентов), муке (89,8 процента);
- недостаточна – по маслу растительному (12,5 процента), овощам (кроме картофеля) (69 процентов), фруктам и ягодам (7,2 процента), яблокам (26,4 процента), рыбе (18,5 процента), макаронным изделиям (62,6 процента).

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 2020 года доля импортных продовольственных товаров в продаже организациями торговли составила 22,9 процента. Высокой остается доля отдельных импортных продуктов в розничном товарообороте организаций торговли: фруктов – 92,8 процента, масла растительного – 87,5 процентов, рыбы – 81,5 процента, крупы гречневой – 66,6 процента, кондитерских изделий из сахара – 51,9 процента, фруктовых и овощных соков – 39,1 процента, макаронных изделий – 37,4 процента, детского питания – 29,1 процента.

II. Рекомендации

по обеспечению соблюдения положений Доктрины

В связи с изложенным 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 2021 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 Беларусі», или аналогичными средствами согласно приложению;

2. субъектам торговли, производителям и поставщикам товаров:

ограничить совокупный размер любых вознаграждений (премий, бонусов и иных платежей), предоставляемых производителем или поставщиком социально значимых продовольственных товаров отечественного производства субъекту торговли, осуществляющему торговлю такими товарами, в связи с приобретением им 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 товаров 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, «произведено в Республике Беларусь», «товары отечественного производства» 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 2021 г.

ПЕРЕЧЕНЬ торговых организаций, присоединившихся к Рекомендациям по обеспечению соблюдения положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь

СПОСОБЫ размещения и выкладки товаров отечественного производства **в визуально и физически доступных местах**, обозначение мест размещения и выкладки товаров отечественного производства специальной вывеской или надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі», или аналогичными средствами

Способы размещения и выкладки товаров отечественного производства **в визуально и физически доступных местах**, обозначение мест

размещения и выкладки товаров отечественного производства специальной вывеской или надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі», или аналогичными средствами;

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 обзримость 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 Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, wobлеры, 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 и ширина выкладки товаров отечественного производства не менее 40-50 см, 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).

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 сопровождаться информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, wobлеры, ленты и др.).

Паллетная

- расположение одного наименования товара на паллете и похожей конструкции в одном конкретном месте.
- однородность товара визуально выделены отечественные товары крупным ценником и сопровождаются информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, wobлеры, 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.