

Руководителям высших  
исполнительных органов  
государственной власти  
субъектов  
Российской Федерации  
(по списку)

Федерального агентства по рыболовству в рамках реализации пункта 7.5 Плана мероприятий («дорожной карты») по увеличению внутреннего потребления отечественной рыбной продукции на период до 2030 года, утвержденного Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации Д.Н. Патрушевым 31 июля 2024 г. № ДП-П11-24584, направляет для учета в работе методические рекомендации по организации «рыбного дня» в государственных организациях, разработанные АНО «Агентство по продвижению рыбной продукции».

Приложение: на 17 л., в 1 экз.

Д.М. Суслов

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**  
по организации и проведению тематических дней,  
направленных на популяризацию потребления рыбы и рыбной продукции,  
в государственных организациях

Москва  
2025

## Аннотация

Методические рекомендации по организации и проведению тематических дней, направленных на популяризацию потребления рыбы и рыбной продукции (далее – Методические рекомендации и Тематический день, соответственно), разработаны в соответствии с п. 7.5. Плана мероприятий («дорожной карты») по увеличению внутреннего потребления отечественной рыбной продукции до 2030 года, утвержденной Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации Д.Н. Патрушевым от 31 июля 2024 г. № ДП-П11-24584 (далее – Дорожная карта).

Целью настоящих Методических рекомендаций является развитие культуры потребления российской рыбы и рыбной продукции среди сотрудников государственных организаций, а также лиц, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями.

Документ носит рекомендательный характер и включает набор мероприятий, каждое из которых может быть реализовано отдельно или в сочетании с другими. Таким образом, при проведении Тематического дня организациям предлагается руководствоваться Методическими рекомендациями непосредственно, либо в качестве навигатора, помогающего выстроить оптимальную программу Тематического дня в зависимости от возможностей и специфики деятельности организации.

## Содержание

I. Введение .....	4
II. Коммуникационные сообщения.....	5
III. Особенности подготовки и планирования Тематических дней .....	7
IV. Работа предприятий общественного питания государственных организаций в период проведения Тематических дней .....	8
V. Мероприятия в рамках Тематических дней .....	10
VI. Информационные мероприятия .....	12
VII. Привлечение экспертов и партнеров .....	13
VIII. Типовые программы Тематических дней .....	14
IX. Дополнительные источники информации.....	17

## **I. Введение**

### **Цели и задачи проведения Тематических дней**

Целью проведения Тематических дней является развитие культуры потребления российской рыбы и рыбной продукции среди сотрудников государственных организаций, а также лиц, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями.

В рамках проведения Тематических дней решаются следующие задачи:

- Повышение осведомленности потребителей о разнообразии рыбы и рыбной продукции, добываемой и производимой в Российской Федерации.
- Формирование устойчивых ассоциаций между потреблением рыбы и рыбной продукции и здоровым образом жизни. Информирование потребителей о полезных свойствах рыбы и ее значении в рационе питания.
- Расширение знаний потребителей о способах приготовления рыбы и рыбной продукции. Стимулирование потребления рыбы, приготовленной наиболее полезными для здоровья способами.
- Популяризация принципов ответственного потребления рыбы и рыбной продукции. Информирование об экологических последствиях браконьерской добычи рыбы, загрязнения водоемов и т.д.
- Общее повышение осведомленности населения о модернизации рыбной отрасли в Российской Федерации, технологичности процессов добычи, выращивания и переработки рыбы, и, как следствие, высоком качестве российской продукции, представленной на прилавках.

### **Целевая аудитория Тематических дней**

Принимая во внимание цели и задачи проведения Тематических дней, их эффективность напрямую зависит от охвата аудитории и ее вовлеченности в проводимые мероприятия. Целевая аудитория включает, но не ограничивается следующими категориями:

1. Работники государственных учреждений (органов власти всех уровней, государственных и муниципальных учреждений, государственных и муниципальных предприятий, казенных учреждений).
2. Лица, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями (государственных и муниципальных образовательных организаций, организаций

здравоохранения, подразделений Минобороны России, МВД России, ФСБ, ФСО, Росгвардии, учреждений ФСИН, и др.).

3. Члены семей лиц, отнесенных к первым двум категориям, в случае если специфика деятельности организаций позволяет обеспечить их очное или дистанционное участие в мероприятиях Тематических дней.

## **II. Коммуникационные сообщения**

Коммуникационные сообщения – это информация, которую рекомендуется донести до аудитории Тематических дней в рамках проводимых мероприятий.

Форма распространения коммуникационных сообщений может варьироваться в зависимости от набора мероприятий Тематического дня. Чем более органично коммуникационные сообщения встроены в мероприятие, тем больше вероятность, что целевая аудитория воспримет и запомнит полученную информацию. Так, в вопросах здорового образа жизни и пользы потребления рыбы люди скорее прислушаются к авторитетным экспертам, а разнообразие рыбы и рыбной продукции можно продемонстрировать через викторины или инфографические материалы, и т.д. (подробнее – см. разделы V-VII Методических рекомендаций).

Приведенные ниже коммуникационные сообщения могут быть расширены и дополнены с помощью привлеченных экспертов и партнеров (раздел VII), а также за счет информации из рекомендованных источников (раздел VIII).

### **Состояние российской рыбной отрасли**

В настоящее время в России осуществляется коммерческий вылов и разведение порядка 90 видов рыб. Ежегодно добывается более 5 млн тонн рыбы и морепродуктов. Уровень самообеспеченности внутреннего рынка составляет 160%.

В России происходит интенсивное обновление рыболовецкого флота и создание перерабатывающих предприятий. Современные суда оснащены технологичным оборудованием для вылова и переработки рыбы прямо на корабле. Вместе со строительством новых предприятий на берегу это позволяет рациональнее использовать водно-биологические ресурсы, предлагать потребителям качественную продукцию в широком ассортименте.

## **Рыба в рационе питания**

Согласно рекомендациям Минздрава России человек должен потреблять немногим более 500 грамм рыбы и морепродуктов в неделю (28 кг в год). Для этого количество рыбы в рационе россиян необходимо увеличить примерно на 20% относительно текущего уровня.

Полезными для здоровья способами приготовления рыбы и морепродуктов являются запекание, тушение, варка, приготовление на пару и на гриле. В этом случае исходный продукт сохраняет наибольшее количество полезных свойств.

Следует избегать употребления рыбы и морепродуктов, жареных в масле, панировки и кляра. Эти способы не только снижают полезные свойства рыбы, но и делают блюдо более калорийным, могут служить причиной образования вредных трансжиров.

## **Полезные свойства рыбы**

Рыба является источником легкоусвояемого белка, который необходим для роста и восстановления клеток организма.

Рыба богата Омега-3 полиненасыщенными жирными кислотами. Эти вещества способствуют улучшению работы сердца и сосудов, снижению уровня «плохого» холестерина и укреплению иммунной системы. Регулярное употребление рыбы помогает снизить риск инфарктов, инсультов и других заболеваний сердечно-сосудистой системы.

Содержащийся в рыбе жир улучшает когнитивные функции, память и внимание, а также способствует снижению риска развития возрастных заболеваний, таких как болезнь Альцгеймера.

Рыба содержит важные витамины, такие как витамин D, A, B12, а также минералы – йод, фосфор, селен, магний и цинк, которые необходимы для поддержания здоровья костей, укрепления зубов, улучшения работы нервной системы, состояния кожи, поддерживают остроту зрения.

Большинство видов рыбы имеют низкое содержание калорий и жиров, что делает их идеальным продуктом для тех, кто хочет поддерживать здоровый вес.

## **Ответственное потребление**

Только потребление рыбы и морепродуктов, выловленных или выращенных официально с соблюдением всех требований законодательства,

гарантирует, что приобретение такой продукции не стимулирует уничтожение хрупкой экосистемы водоемов. Покупка рыбы у браконьеров, напротив, ведет к истощению запасов водных биологических ресурсов и наносит урон экологии.

### **III. Особенности подготовки и планирования Тематических дней**

#### **Выбор даты**

При выборе даты проведения Тематических дней рекомендуется учитывать следующие факторы.

1. Поводом для проведения Тематического дня может быть профессиональный праздник или памятная дата, связанная с рыболовством, здоровым образом жизни или кулинарией.

Примеры таких дат: День рыбака (второе воскресенье июня), Всемирный день рыболовства (27 июня), Всемирный день океанов (8 июня), День здорового образа жизни (15 февраля), Всемирный день здоровья (7 апреля), День профилактики болезней сердца (17 апреля), День здорового питания (2 июня), Всемирный день сердца (29 сентября), Международный день поваров (20 октября), и др. Также можно обратить внимание на праздники, связанные с традициями тех или иных регионов.

2. Учет сезонности вылова рыбы позволит не только создать повод для проведения Тематического дня, но и обеспечить большее разнообразие продукции, представленной в рамках Тематического дня. Еще один вариант – провести Тематический день, посвященный одному виду рыбы, и сделать акцент на вариативность его приготовления (например, «день минтая» или «день лососевых»).

3. В большинстве отраслей и отдельных организаций есть свои периоды пиковых нагрузок на персонал (например, отопительный сезон – для предприятий ЖКХ и энергетики). Проведение Тематических дней в эти периоды может снизить их эффективность, поскольку не позволит обеспечить высокий уровень вовлеченности целевой аудитории.

#### **Форматы мероприятий**

Наибольшая вовлеченность целевой аудитории может быть достигнута за счет комбинации различных форматов мероприятий.

– По степени задействования целевой аудитории – интерактивные (мастер-классы, викторины, конкурсы) и пассивные информационные (лекции, рассылки, видеоуроки).

– По площадке проведения – очные и онлайн. (Для организаций, в которых работники малыми группами распределены по большому количеству производственных объектов, онлайн-мероприятия – основной механизм их вовлечения в Тематические дни.)

– Преимуществом будет создание возможности для целевой аудитории вернуться к изучению информационных материалов после Тематического дня, например, сохранив их в общедоступном облачном хранилище или социальных сетях организации.

Очные мероприятия целесообразно запланировать в обеденный перерыв. Онлайн-мероприятия могут носить более длительный характер, сотрудникам должна быть предоставлена возможность участвовать в них в нерабочее время.

#### **IV. Работа предприятий общественного питания государственных организаций в период проведения Тематических дней**

Основной площадкой для проведения очных мероприятий в рамках Тематических дней в организации является ее столовая или помещение для приёма пищи.

Подготовка должна включать разработку тематического рыбного меню, оформление помещения и организацию пространства для проведения мероприятий, если они предусмотрены программой Тематического дня.

Организациям, в которых обеспечение общественного питания осуществляется подрядными организациями, рекомендуется включить в договор с подрядной организацией положения, описывающие объем ее в организации Тематических дней.

##### **Разработка меню**

– В каждом из разделов меню (закуски, супы, основные блюда) должно присутствовать несколько блюд из рыбы и морепродуктов на выбор. Десерты могут также отражать тематику мероприятия (например, печенье в форме рыбы).

– Для вегетарианцев, аллергиков и людей с пищевой непереносимостью необходимо предусмотреть блюда из водорослей.

– Блюда из рыбы и морепродуктов должны быть приготовлены способами, наиболее полезными для здоровья: варка, приготовление на пару, тушение, запекание, приготовление на гриле. Не рекомендуется включать в меню рыбу и морепродукты, жареные в масле, копченые, в кляре и панировке.

На выходе из столовой можно организовать опрос посетителей относительно блюд специального меню и впоследствии ввести наиболее популярные блюда в меню столовой на постоянной основе.

### **Оформление помещения**

– Помещение (или наиболее проходимые зоны) может быть декорировано предметами морской тематики: фигуры рыб и морепродуктов, ракушки, рыболовные снасти, изображение рыб и морепродуктов, рыболовецких судов, и т.п.

– При оформлении рекомендуется использовать декоративные элементы синего и белого цветов.

– В помещении могут быть размещены информационные материалы (плакаты, экраны с презентационными и видеоматериалами) о полезных свойствах рыбы и рыбной продукции, разнообразии видов рыбы и рыбной продукции, ареалах обитания различных видов рыб, рыбном промысле и т.п.

### **Организация пространства для проведения мероприятий**

Если помещение позволяет организовать в нем очные мероприятия Тематического дня, выделенное для проведения мероприятия место должно соответствовать следующим критериям:

- визуально выделяться;
- не находиться на проходе;
- хорошо просматриваться;
- при необходимости может быть предусмотрена установка оборудования для звукоусиления, демонстрации визуального ряда.

### **Временная торговая точка**

Дополнительно предприятием общественного питания может быть организована временная торговая точка, которая будет предлагать посетителям приобрести рыбу и рыбную продукцию на вынос.

В случае востребованности такого формата сотрудниками организации предлагается рассмотреть возможность ее постоянного размещения.

## **V. Мероприятия в рамках Тематических дней**

В данном разделе приведены примеры мероприятий в различных форматах, которые могут быть включены организациями в программу Тематического дня с учетом возможностей и специфики деятельности организации. Некоторые из них универсальны, другие – ориентированы на взрослую аудиторию (маркированы литерой «В»), или детскую и подростковую аудиторию («Д»).

### **Лекции**

*Рыба как важная часть здорового питания.* В лекции рассказывается о полезных веществах, содержащихся в рыбе (белки, омега-3 жирные кислоты, витамины А, D, В12 и микроэлементы). Особое внимание уделяется преимуществам регулярного употребления рыбы для здоровья сердца, мозга и иммунной системы.

*Как правильно выбирать рыбу? (В)* Содержит информацию об основных признаках качественной рыбы и рыбной продукции, а также индикаторах, указывающих на порчу или некачественный продукт. Рассматриваются распространенные стереотипы (в т.ч. о преимуществе охлажденной рыбы перед замороженной, или дикой – перед аквакультурной).

*Разнообразие рыбы и морепродуктов. (Д)* Яркие запоминающиеся факты о количестве видов рыбы и морепродуктов, употребляемых в пищу, среде обитания, и о том, как рыба «накапливает» свои полезные свойства. Лекция может быть дополнена видеорядом, 3D-моделями или игрушками.

*Как ловят и разводят рыбу? (Д)* Доступный рассказ об организации процесса рыболовства и рыбоводства. Как находят дикую рыбу? Как устроены рыболовные суда, и кто на них работает? Основные способы выращивания рыбы. Роль аквакультуры в сохранении естественной популяции рыбы. Что происходит с рыбой после того, как ее выловили?

*О рыбных традициях стран мира. (Д)* Наиболее популярные виды рыбы и морепродуктов в разных странах. Традиции приготовления рыбы, в том числе присущие малым народностям.

## **Мастер-классы**

*Простые и здоровые способы приготовления рыбы.* Повар демонстрирует, как быстро и просто приготовить рыбу наиболее полезными для здоровья способами (варка, приготовление на пару, тушение, запекание, приготовление на гриле) с использованием минимального количества дополнительных ингредиентов.

*Одна рыба – три вкуса.* Повар готовит три разных блюда на основе одного и того же базового продукта (например, закуску, суп и основное блюдо, либо три горячих блюда из кухонь разных стран мира). Задача мастер-класса – показать универсальность рыбы и то, как за счет варьирования техник и дополнительных ингредиентов даже при ограниченном выборе рыбы и рыбной продукции в ближайшем магазине разнообразить свое меню.

*Правила обращения с рыбой.* Практическое занятие, посвященное вопросам хранения, разморозки и разделки рыбы в домашних условиях. Задача мастер-класса – показать участникам, как сохранить полезные свойства рыбы и ее органолептические свойства на всех этапах от покупки до приготовления.

## **Викторины и конкурсы**

*Конкурс рецептов рыбных блюд.* Участникам предлагается прислать или опубликовать в определенной организаторами группе в социальных сетях свой рецепт блюда из рыбы или морепродуктов. Победители выбираются жюри на основе заранее оговоренных критериев, общим голосованием, или по числу реакций в социальных сетях. Важно предусмотреть, чтобы все опубликованные рецепты оставались доступными для аудитории после окончания конкурса.

*Что это за рыба?* Участники должны определить вид рыбы по ее изображению. Могут быть предложены несколько вариантов ответа на выбор. Другой вариант – кроссворд или сканворд. Для проведения викторины можно использовать экран в аудитории, раздаточные материалы или провести ее онлайн (с использованием бесплатных онлайн-сервисов или встроенных механизмов в социальных сетях).

*Рыба в истории, культуре, искусстве. (Д)* Участникам предлагаются вопросы по мотивам школьной программы по истории, МХК, литературе.

*Рыба в поделках и рисунках. (Д)* Конкурс может проводиться среди детей сотрудников, а в школах – быть интегрирован в уроки рисования и труда.

## **VI. Информационные мероприятия**

Вовлечение целевой аудитории в мероприятия Тематических дней требует информационной поддержки до, во время и по итогам Тематических дней.

### **Анонсирование Тематических дней**

Важно заблаговременно проинформировать целевую аудиторию о проведении Тематического дня и его программе. Это можно сделать посредством размещения анонса на корпоративном портале, рассылки электронных писем, рассылки сообщений во внутренних чатах в различных мессенджерах. Полезным будет создание специального раздела на корпоративном портале. Также рекомендуется задействовать социальные сети, для облегчения поиска информации о тематическом дне можно создать уникальный хэштег мероприятия. В местах с большой проходимостью сотрудников могут быть размещены печатные материалы (листовки, баннеры).

### **Информационные и справочные материалы**

Помимо анонсирующих материалов, рекомендуется уделить внимание созданию информационных и справочных материалов, которые будут раскрывать основные коммуникационные сообщения в рамках Тематических дней (раздел II).

Материалы могут иметь форму раздатки для участников мероприятий, либо быть доведены до целевой аудитории в электронной форме по аналогии с анонсом мероприятий.

### **Итоговые информационные материалы**

В целях закрепления результатов проведенного Тематического дня необходимо подготовить итоговые информационные материалы:

- сообщения и посты для рассылки по электронной почте и публикации в социальных сетях (например, сколько человек приняло участие в Тематическом дне, сколько блюд из рыбы было приготовлено, результаты проведенных конкурсов);
- фото- или видеоотчет о событии;

– обеспечить доступ целевой аудитории к материалам Тематического дня (видеозаписи лекций и мастер-классов, макетам раздаточных материалов, рецептам блюд и т.д.) после его завершения.

## **VII. Привлечение экспертов и партнеров**

Основная ценность Тематических дней для целевой аудитории заключается в получении новых знаний, навыков и опыта. В этой связи большое значение имеет привлечение к проведению Тематических дней внешних экспертов и партнеров, специализирующихся на вопросах функционирования рыбного хозяйства, здорового образа жизни, кулинарии и организации питания.

### **Участие экспертов**

Эксперты станут спикерами на мероприятиях, ведущими мастер-классов, а также смогут предоставить информационные материалы по необходимым темам.

*Врачи и представители научных организаций* могут рассказать о пользе рыбы и рыбной продукции для здоровья, объяснить, как и в каком объеме следует включать рыбу в рацион питания, а также помочь развеять некоторые ошибочные стереотипы (например, о рыбе как источнике вредных веществ, таких как ртуть).

*Повара и популяризаторы кулинарии* помогут организовать мастер-классы по выбору, хранению и разделке рыбы и морепродуктов, приготовлению рыбных блюд, а также сочетаемости рыбы с другими продуктами.

*Представители компаний рыбной отрасли* предоставят информацию о разнообразии рыбы и рыбной продукции, добываемой и производимой в Российской Федерации, расскажут о всей цепочке от вылова рыбы до прилавка, технологичности отрасли, качестве и безопасности продукции.

### **Участие партнеров**

Основными потенциальными партнерами при проведении Тематических дней являются производители рыбной продукции, а также предприятия торговли. Они могут оказать содействие в предоставлении

необходимого оборудования, информационных материалов и самой рыбной продукции для организации Тематических дней.

Вместе с тем рекомендуется избегать широкого использования брендинга организаций-партнеров. В противном случае у целевой аудитории может создаться восприятие Тематического дня как рекламного мероприятия организации-партнера, что снизит эффективность от его проведения.

### **VIII. Типовые программы Тематических дней**

Ниже приведены типовые программы подготовки и проведения Тематических дней для взрослой и детской (молодежной) аудиторий. Программы могут быть использованы непосредственно, либо скорректированы в зависимости от возможностей и специфики деятельности организации.

#### **Типовая программа для взрослой аудитории**

<b>Дата, время</b>	<b>Мероприятие</b>	<b>Комментарии</b>
День X-7	Создание страницы Тематического дня, приглашение экспертов и партнеров	Рекомендуется создать на корпоративном портале или в социальных сетях раздел, посвященный Тематическому дню. Раздел наполнить информационными материалами по теме мероприятий. Заблаговременно договориться с экспертами и партнерами о форме их участия.
День X-4	Анонсирование Тематического дня	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и корпоративного портала.
День X-3	Старт викторин, конкурсов в онлайн-формате	В социальных сетях размещается информация о проведении среди сотрудников фотоконкурса на лучший рецепт рыбных блюд, приготовленных дома.
День X-1	Повторное анонсирование	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и корпоративного портала, мессенджеров. Размещение в столовых тематического меню.

		Размещение в проходимых местах печатных информационных материалов.
День X-1, конец дня	Подготовка помещений к проведению Тематического дня	Обустройство помещений (столовая/ общие зоны) к проведению Тематического дня: установка оборудования, декорирование.
День X, начало дня	Финальный анонс	Размещение постера с программой Тематического дня во входной зоне, лифтовых холлах.  Размещение раздаточных материалов.
День X, обеденное время	Очные мероприятия	В столовой подготовлено тематическое меню.  Одновременно с приемом пищи работники могут прослушать тематическую лекцию (15-25 мин.).  После лекции работники приглашаются принять участие в мастер-классе (15-25 мин.).  В зависимости от графика работы можно предусмотреть повтор лекции и мастер-класса, либо организовать лекцию и мастер-класс на другие темы – для второго потока посетителей столовой.
День X+1	Информационные сообщения об итогах Тематического дня	По итогам проведенного мероприятия необходимо подготовить информационные рассылки и посты в социальных сетях. Они могут содержать: <ul style="list-style-type: none"> <li>– итоговые цифры,</li> <li>– фото- или видеоотчет,</li> <li>– результаты конкурсов и викторин,</li> <li>– ссылку на материалы Тематического дня.</li> </ul>

### **Типовая программа для детской и молодежной аудитории**

<b>Дата, время</b>	<b>Мероприятие</b>	<b>Комментарии</b>
День X-8	Создание страницы Тематического дня, приглашение партнеров и аниматоров	Рекомендуется создать на сайте организации или в социальных сетях раздел, посвященный Тематическому дню. Раздел наполнить информационными материалами по теме мероприятий.  Заблаговременно договориться с партнерами и аниматорами о форме их участия.

День X-7	Анонсирование Тематического дня	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты, родительских чатов и объявлений от преподавательского состава.
День X-3	Повторное анонсирование	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и родительских чатов. Размещение в столовых тематического меню на день мероприятия. Размещение в проходимых местах печатных информационных материалов.
День X-1, После окончания рабочего дня	Подготовка помещений к проведению Тематического дня	Обустройство помещений (столовая/ общие зоны) к проведению Тематического дня: установка оборудования, декорирование.
День X, Утро	Финальный анонс	Размещение постера с программой Тематического дня во входной зоне, лифтовых холлах. Размещение раздаточных материалов.
День X, Обеденное время	Очные мероприятия	В столовой подготовлено тематическое меню. Одновременно с приемом пищи учащиеся и студенты могут прослушать тематическую лекцию (15-25 мин.). После лекции предлагается провести один из конкурсов. Обеспечить присутствие фотографа на мероприятии.
День X+1,	Информационные сообщения об итогах Тематического дня	По итогам проведенного мероприятия необходимо подготовить информационные рассылки и посты в социальных сетях. Они могут содержать: <ul style="list-style-type: none"> <li>– итоговые цифры,</li> <li>– фото- или видеоотчет,</li> <li>– результаты конкурсов и викторин,</li> <li>– ссылку на материалы Тематического дня.</li> </ul>

## IX. Дополнительные источники информации

В целях подготовки и содержательного наполнения мероприятий Тематических дней рекомендуется использовать следующие источники:

1. Проект Роспотребнадзора «Здоровое питание» (<https://здоровое-питание.рф>).
2. Пособие для родителей «Здоровое питание школьника» ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии» ([https://ion.ru/upload/medialibrary/373/xn0npocedags43serw2aejpxuxa70um7/Guide\\_Healthy\\_School\\_Eating.pdf](https://ion.ru/upload/medialibrary/373/xn0npocedags43serw2aejpxuxa70um7/Guide_Healthy_School_Eating.pdf)).
3. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (<https://mcx.gov.ru>).
4. Федеральное агентство по рыболовству (<https://fish.gov.ru>).
5. Автономная некоммерческая организация «Российская система качества» (<https://roskachestvo.gov.ru>).