

Współpraca rybactwa z sektorem gastronomii, jak przekładać projekty promocyjne na długofalowe efekty

Konsekwencja działań promocyjnych
Jakub Roszuk - RLGD Opolszczyzna

Specyfika sektora HoReCa
Kamil Klekowski - Edukacja od Kuchni



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Morski i Rybacki





KONSEKWENCJA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

WIELOLETNIE, SYSTEMATYCZNE i SPÓJNE DZIAŁANIA
DLA RÓŻNYCH GRUP ODBIORCÓW

„KARP NIE TYLKO OD ŚWIĘTA”



WOJEWÓDZKIE ŚWIĘTO KARPIA OPOLSKIEGO

**impreza plenerowa z
karpiem w roli
głównej**

-  organizowane od 10 lat
-  Opolska Marka
-  łącznie różnych instytucji,
organizacji pozarządowych,
przedsiębiorców
-  stoiska różnych restauracji z
potrawami rybnymi (pierogi, zupy,
przetwory, smażone, wędzone)
-  edukacja ekologiczna
-  porady dietetyczne - dlaczego
warto jeść rybę
-  animacje dla dzieci
-  zawody wędkarskie
-  warsztaty i pokazy kulinarne
-  Konkurs Kulinarny „Czas na rybę”



POZOSTAŁE WYDARZENIA PROMOCYJNE I EDUKACYJNE

warsztaty kulinarne
dla mieszkańców

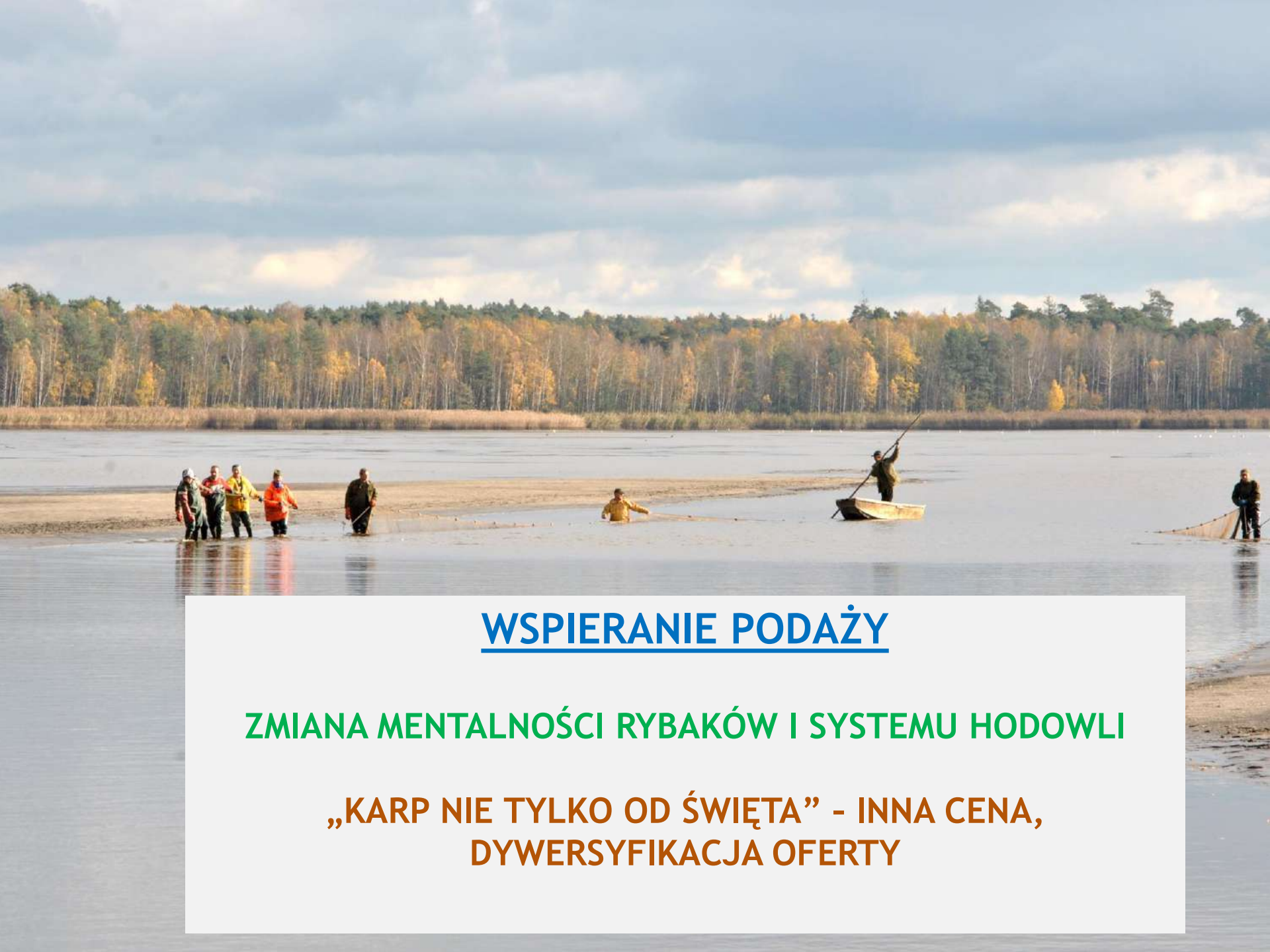
stoiska promocyjne
na różnych
wydarzeniach

filmy promocyjne

edukacja nad
stawami

-  warsztaty oprawianie ryby/ zero waste/ różne formy przyrządzania (często nieoczywiste)
-  stoiska promocyjne z degustacją ryb/pokazami kulinarnymi, podczas dożynek, dni miast, festiwalów, większych imprez.
-  wydawanie publikacji o tematyce rybackiej skierowanej do różnych grup odbiorców: dzieci (książeczka edukacyjna/ kolorowanki/ plansze edukacyjne), dorośli (Walory przyrodnicze stawów/ „Karp nie tylko od święta”/ Podsumowanie 10 lat RLGD/ „Czas na rybę”)
-  filmy promocyjne, w tym kulinarne
-  warsztaty nad stawami - edukacja przyrodnicza i kulinarna
-  Kolacje degustacyjne z lokalnymi rybami





WSPIERANIE PODAŻY

ZMIANA MENTALNOŚCI RYBAKÓW I SYSTEMU HODOWLI

„KARP NIE TYLKO OD ŚWIĘTA” - INNA CENA,
DYWERSYFIKACJA OFERTY

WSPIERANIE GOSPODARSTW RYBACKICH

dywersyfikacja
oferty

znaki jakości

sieci kontaktów

-  Różne formy sprzedaży ryby/ nie tylko przetwórnice, ale także jako Rolnicza Sprzedaż Detaliczna
-  „wychodzenie z lasu” - stoiska promocyjne na lokalnych wydarzeniach
-  certyfikaty i nagrody np. dziedzictwo kulinarne, Opolska Marka, Złota Perła, Lista Produktów Tradycyjnych i Regionalnych Ministerstwa Rolnictwa.
-  Współpraca z instytucjami promującymi lokalnych producentów - urząd marszałkowski, KOWR, Ośrodki Doradztwa Rolniczego, inne organizacje pozarządowe
-  Budowanie sieci kontaktów pomiędzy rybakami a restauracjami- poprzez organizację spotkań/ konferencji/ kolacji degustacyjnych
-  Stała, systematyczna promocja w Internecie





WSPÓŁPRACA Z HORECA

BRANŻA, KTÓRA KREUJE SMAKI I GUSTA



KRÓTKA HISTORIA

- 🐟 „Karp nie tylko od święta” - systematyczne kreowanie popytu w regionie na całoroczne jedzenie lokalnych ryb (m.in. poprzez działania wyżej opisane)
- 🐟 2017- Rozpoczęcie współpracy z Kamilem Klekowskim- opolskim Szefem Kuchni, patriotą kulinarnym promującym regionalne produkty.
- 🐟 Od 2018 roku - organizacja wspólnie z Kamilem różnorodnych, systematycznych działań (m.in. warsztaty/promocja/konkurs/kolacje)
- 🐟 W 2015 roku - w ciągu roku można było znaleźć lokalne ryby w menu w maksymalnie pięciu restauracjach na Opolszczyźnie. Obecnie jest ich ok. 30!



EDUKACJA DLA BRANŻY HORECA

- 🐟 Warsztaty kulinarne: opracowanie ryby/ zero waste/ różne formy przyrządzania (często nieoczywiste)
- 🐟 W 2018 r. przeszkoliliśmy ok. 120 kucharzy z całej Opolszczyzny (zakres podstawowy i rozszerzony)
- 🐟 W 2018 r. przeszkoliliśmy 150 uczniów szkół gastronomicznych
- 🐟 W 2021 r. przeszkoliliśmy 30 nauczycieli szkół gastronomicznych oraz ok. 200 uczniów
- 🐟 W 2022 r. przeszkoliliśmy ponownie nauczycieli szkół (30 osób) i ponad 200 uczniów szkół gastronomicznych
- 🐟 2021/2022 - pięć restauracji na Opolszczyźnie i pięć w Małopolsce odbyło kilkudniowe szkolenie wdrożeniowe - wprowadzenie lokalnych ryb do menu lub poszerzenie oferty



INWESTYCJA W „NARYBEK”

relacje ze szkołami
gastronomicznymi



Organizacja warsztatów
kulinarnych dla nauczycieli i
uczniów (cykliczne edycje)



Ogólnopolski konkurs Czas na rybę
- Junior!



Wspieranie szkół w produkty - do
samodzielnej pracy z
nauczycielami (zakup ryb na
dodatkowe lekcje, pomoc w
logistyce)

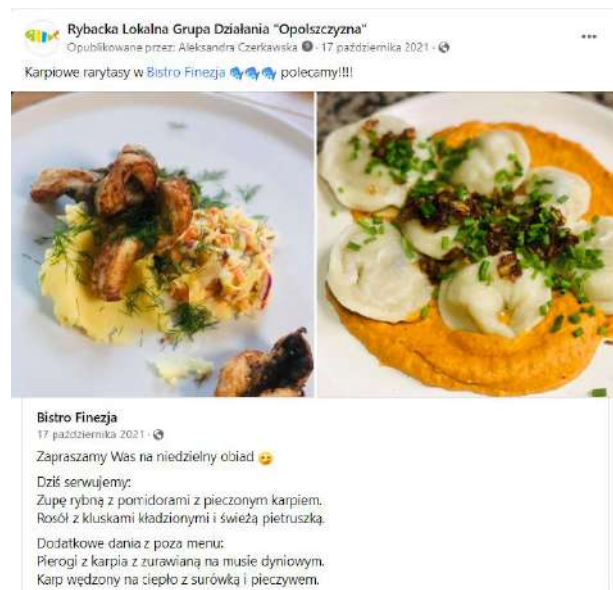


Wspieranie szkół przy okazji
organizowanych przez nich
wydarzeń - zabezpieczenie
produktów na konkursy,
uczestniczenie w organizowanych
wydarzeniach, dofinansowanie
drobnych materiałów, fartuchów,
sprzętu



STAŁA PROMOCJA MIEJSC GDZIE KUPIĆ RYBĘ

-  Media społecznościowe (FB, instagram)
-  www.lgropolszczyna.pl - w 2022 roku planowana jest przebudowa strony. M.in. zaplanowano interaktywną mapę „gdzie zjeść lokalną rybę”, do której wykonujemy profesjonalne zdjęcia potraw i Szefów Kuchni z restauracji
-  Publikacje z miejscami gdzie kupić i zjeść lokalne ryby



KONKURS KULINARNY „CZAS NA RYBĘ”

pierwszy weekend
października

Zamek w Niemodlinie

organizowany w ramach
Święta Karpia



-  Organizowany od 2018 r.
-  Gotowanie na żywo przez sześć drużyn dwuosobowych. Produkt obowiązkowy - karp opolski plus dodatkowo inny produkt lokalny
-  Konkurs ogólnopolski - skierowany do uczniów szkół gastronomicznych (pierwszy dzień) oraz do Szefów Kuchni (drugi dzień)
-  W skład jury wchodzi znani w branży gastronomicznej Kucharze - pochodzący z różnych środowisk i stowarzyszeń kulinarnych, co zwiększa wiarygodność, popularność i rzetelność Konkursu
-  Bardzo pozytywne informacje zwrotne
-  Promocja Konkursu przez portale branżowe
-  Przyjazd innych kucharzy, którzy kibicują i obserwują konkurs (zwiększanie zasięgów)



Współpraca z ogólnopolskimi stowarzyszeniami kucharzy oraz branżowymi mediami

-  Promocja wydarzeń kulinarnych przez branżowe media (m.in. kucharze.pl, Szef Kuchni, Przegląd gastronomiczny, Poradnik Restauratora, Gastrona.pl)
-  Stała współpraca z ogólnopolskim Stowarzyszeniem Euro-Toques Polska, zrzeszającym kucharzy z całej Polski: uczestnictwo w wydarzeniach organizowanych przez oba podmioty, wzajemna promocja i edukacja,
-  Stałe relacje z pozostałymi Stowarzyszeniami kucharzy (m.in. w sprawach organizacji Konkursu Kulinarnego) - Klub Szefów Kuchni, Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierników, Stowarzyszenie Kucharzy Polskich



KOLACJE DEGUSTACYJNE Z RYBAMI W ROLI GŁÓWNEJ

-  Od 2018 roku wspólnie z Kamilem Klekowskim współorganizujemy kolacje degustacyjne z opolskimi rybami w roli głównej,
-  2019-2020 do współpracy zaprosiliśmy 10 restauracji z Opolszczyzny. Co miesiąc organizowaliśmy komercyjną kolację w każdej z nich. Z naszej strony: promocja oraz pomoc merytoryczna Kamila
-  Pięciodaniowa kolacja z opolskimi rybami w towarzystwie innych lokalnych produktów
-  W 2022 r. zorganizowaliśmy kolację degustacyjną jako podsumowanie edukacyjnego projektu unijnego



KULINARNE WARIACJE
W SIECI OPOLSKICH SMAKÓW





SPECYFIKACJA SEKTORA HORECA

Kamil Klekowski

CZEGO SZUKAJĄ OBECNIE SZELOWIE KUCHNI?



Produktów, których pochodzenie są w stanie zweryfikować

Produktów ekologicznych

Produktów świeżych

Produktów z danego regionu

Produktów uniwersalnych - z potencjałem kulinarnym

Produktów wysokiej jakości

Produktów powtarzalnych

Produktów dostępnych



NAJCZĘSTSZE FORMY KARPIA

JAKIEJ SZUKAJĄ KUCHARZE



jakakolwiek - byle by była
dostępna 😊



Karp patroszony



Filet nacinany



Filet bez skóry



REFLEKSJE I WNIOSKI PO PRZEPROWADZONYCH DZIAŁANIACH PROMOCYJNYCH I EDUKACYJNYCH W BRANŻY HORECA (2018-2022)

RESTAURACJE

- coraz większe zainteresowanie lokalnymi produktami, w tym rybami,
- wzrost świadomości konsumentów,
- Duże problemy kadrowe, rotacja, niskie kwalifikacje,
- Problemy po restrykcjach „covidowych”
- Niskie umiejętności obróbki ryby oraz niewielka znajomość potencjału kulinarnego karpia (w tym zero-waste),
- Problemy logistyczne (dystrybucja, dostępność)
- Problemy z kalibracją
- Różna jakość ryby

SZKOŁY GASTRONOMICZNE

- Duże braki wiedzy u nauczycieli oraz uczniów - zwłaszcza obróbka ryby i zero-waste,
- Brak środków na produkty! (uczniowie sami finansują produkty),
- Brak odpowiedniego sprzętu (np. tępe noże),
- Niechęć uczniów do pracy w gastronomii,
- „Złe praktyki” - wykorzystywanie uczniów do tzw. brudnej roboty
- Likwidacja kierunków gastronomicznych w mniejszych miastach

NIKT NIE MÓWIŁ,
ŻE BĘDZIE
ŁATWO...

CZYLI PROBLEMY
WSPÓŁPRACY
RYBAKÓW Z HORECA

DOSTĘPNOŚĆ CAŁOROCZNA RYB

koszty/ choroby/ niestabilny popyt/ brak ryb

LOGISTYKA

wysokie koszty transportu/ niskie wartości
zamówienia/ szukanie sieci dystrybucji/
brak możliwości weryfikacji pochodzenia
ryby/ trudności w zamówieniach

JAKOŚĆ RYBY

zależna od pory roku - brak powtarzalności

KALIBRACJA

ekonomia restauracji, powtarzalność dla
klienta

DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW RYBY

niewystarczająca ilość przetwórci, brak
współpracy pomiędzy rybakami



CZY WARTO POKONYWAĆ TE PROBLEMY?



Dziękujemy
za uwagę



Rybacka Lokalna Grupa
Działania „Opolszczyzna”

e-mail:

biuro@lgropolszczyzna.pl

Tel. 535 380 010

lgropolszczyzna.pl



Kamil Klekowski
Edukacja od Kuchni

e-mail:

kamil@klekowski.com

Tel. 790 247 247

klekowski.com



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Morski i Rybacki

