



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Organizacja Producentów

INSPIRACJE GASTRONOMICZNE I PRZETWÓRCZE DLA PRODUCENTÓW RYB SŁODKOWODNYCH



KAMIL KLEKOWSKI

+48 790 247 247

kamil@klekowski.com

KIM JESTEM I DLACZEGO O TYM MÓWIĘ?

Szef kuchni

Szkoleniowiec

Doradca kulinarny

Promotor regionalnych produktów, zwłaszcza ryb

Współorganizator konkursów kulinarnych “Czas na rybę!” i Akwakultura na talerzu

Wieloletnia współpraca z Grupą Rybacką “Opolszczyzna”,
Polski Karp sp. z o.o., OPRJ



DLACZEGO RYBY SŁODKOWODNE MAJĄ OGROMNY POTENCJAŁ?

- lokalność
- zrównoważona produkcja
- wysoka wartość odżywcza
- dostępność przez cały rok
- świeżość
- wiarygodne źródło pochodzenia

NIE SPRZEDAJECIE TYLKO RYBY...

Klient kupuje:

- wygodę (brak ości, obrobiona ryba)
- smak
- gotowy pomysł na posiłek
- krótki czas przygotowania/ gotowe produkty
- lokalność
- zdrowie

WARTO ZWIĘKSZAĆ WARTOŚĆ DODANĄ RYBY

INSPIERACJE GASTRONOMICZNE (I NIE TYLKO) DLA RYBAKÓW

WĘDLINIARSTWO RYBNE

kiełbasa z karpia
pasztety
kabanosy
frankfurterki
parówki
szynka rybna
karp wędzony

WYWARY, FONDY, BULIONY

fond rybny
bulion premium
demi-glace rybny
koncentraty
bazy do sosów

GARMAŻERIA RYBNA

Weki (np. ryba w pomidorach, w curry, po azjatycku)
Pasty (np. z karpia wędzonego, jesiotra, pstrąga)
Pikle (marynowane kawałki ryb ryby, octowe premium)
Gotowe potrawy (np. pierogi krokiety)

WSPÓŁPRACA Z HORECA

Współpraca z HoReCa:
relacje z lokalnymi restauracjami,
szukanie nowych rozwiązań dla szefów kuchni, szkolenia kucharzy, wspólne promocje (eventy, kolacje degustacyjne), wizyta studyjna w gospodarstwach rybackich.

ZAGOSPODAROWANIE PRODUKTÓW UBOCZNYCH I GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

wykorzystanie pozostałości
dla karmę dla zwierząt

oleje rybne

pozyskiwanie kolagenu i
żelatyny

Skóry ryb w przemyśle
modowym i galanteryjnym

INSPIRACJA NR 1

WĘDLINIARSTWO RYBNE

Dlaczego właśnie karp?

- wysoka zawartość tłuszczu
- soczystość
- dobra struktura mięsa
- świetnie przyjmuje przyprawy i dym

KIEŁBASA Z KARPIA
KABANOSY
PARÓWKI
SZYNKA RYBNA
PASZTETY
KARP WĘDZONY



INSPIRACJA NR 2

WYWARY, FONDY, BULIONY I REDUKCJE

To co dziś często jest odpadem.

- głowy
- kręgosłupy
- płetwy
- skóry



CO MOŻNA PRODUKOWAĆ?

FOND RYBNY

BULION PREMIUM

DEMI-GLACE RYBNY

KONCENTRATY

BAZY DO SOSÓW

DLA WEGETARIAN, KUCHNI FLEXITARIAŃSKIEJ, GASTRONOMII
ROŚLINNEJ POSZUKUJĄCA UMAMI

NSPIRACJA NR 3

GARMAŻERIA RYBNA

Weki

- ryba w sosie własnym
- ryba w pomidorach
- ryba w curry
- ryba po azjatycku

Pasty

- pasta z karpia wędzonego
- pasta z pstrąga
- pasta z jesiotra

Pikle

- marynowane kawałki ryb
- ryby octowe premium

Gotowe potrawy:

- pierogi
- krokiety



NAJSZYBCIEJ ROSNĄCY SEGMENT - PRODUKTY GOTOWE.

INSPIRACJA NR 4

GASTRONOMIA JAKO LABORATORIUM POMYSŁÓW

Co dziś robią kucharze?

- burgery rybne
- tacos
- ceviche
- ramen
- fish & chips z karpia
- ryby sous-vide

Współpraca z HoReCa

- relacje z lokalnymi restauracjami,
- szkolenia kucharzy,
- wspólne promocje (eventy, kolacje degustacyjne),
- wizyta studyjna w gospodarstwach rybackich.



**NOWE ODSŁONY KARPIA PODCZAS KONKURSÓW
I WARSZTATÓW KULINARNYCH**

INSPIRACJE SPOZA BRANŻY

ZAGOSPODAROWANIE PRODUKTÓW UBOCZNYCH I GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

Karma premium dla psów i kotów (np. suszone skóry rybne jako gryzaki, liofilizowane przysmaki, mokra karma premium, dodatki omega-3).

Oleje rybne: suplementy dla zwierząt, dodatki paszowe, preparaty wspomagające stawy.

Hydrolizaty białkowe, wykorzystywane w karmach premium, akwakulturze, suplementacji.

Kolagen i żelatyna ze skór i elementów bogatych w kolagen.

Skóry ryb w przemyśle modowym i galanteryjnym

DEKOEKO > KARMELOWA TOREBKA ZE SKÓRĄ Z ŁOSOSIA



JAK ZWIĘKSZAĆ WARTOŚĆ RYBY?

Żywa ryba → patroszona → element kulinarny
(filet/płat/szkielety) → produkt gotowy →

MARKA

**Niezbędna w dywersyfikacji i rozwoju
gospodarstwa rybackiego**

MARKA GOSPODARSTWA RYBACKIEGO

POKAZYWANIE WALORÓW

- Historia miejsca
- Tradycja
- Jakość

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

- Zdjęcia potraw
- Filmy
- Edukacja klientów

TURYSTYKA RYBACKA

- Degustacje
- Zwiedzanie gospodarstw
- Warsztaty



BUDOWANIE MARKI GOSPODARSTWA

- Historia miejsca
- Tradycja
- Jakość



PODSUMOWANIE

Nie sprzedawajcie tylko ryby.
Sprzedawajcie smak, wygodę, lokalność,
historię i doświadczenie.