

 Sala na Górze



# **Sala na Górze** projekt



## O NAS

**Sala na Górze** to przedsięwzięcie wyrastające z pragnienia młodych ludzi Kościoła gromadzących się we wspólnocie o tej samej nazwie, działającej od 2011 roku, a gromadzącej się w samym centrum i zarazem sercu miasta – przy Bazylice Mariackiej. W przeważającej większości jesteśmy osobami pracującymi, posiadającymi spore doświadczenie zawodowe, czynnie zaangażowanymi w życie społeczne. Celem *Sali na Górze* od samego początku jest stwarzanie przestrzeni dla jednoczenia środowisk, promocja wartości chrześcijańskich, wspieranie rozwoju kultury oraz owocnej wymiany myśli.

W ciągu pięciu ostatnich lat, wraz z dwoma innymi zaprzyjaźnionymi wspólnotami, staraliśmy się o ożywienie Bazyliki Mariackiej, kojarzonej głównie z turystyką. Marzyliśmy o tym, by stała się pulsującą życiem, często nawiedzaną świątynią, gromadzącą także ludzi młodych, poszukujących swego miejsca w Kościele.

Kierując się tą myślą, zaproponowaliśmy pierwszy cykl spotkań, z grą słowną w tytule: „Tu się z-wiedza Kościół katolicki”. Każdy z wykładów i towarzyszące im dyskusje gromadziły wielu słuchaczy w różnym wieku. Zyskaliśmy uwagę takich mediów, jak *Gość Niedzielny* czy dominikanie.pl. Wtedy powstały też nasze media domowe: strona [salanagorze.pl](http://salanagorze.pl) oraz social media. Kolejne dwa cykle czwartkowych spotkań dla Krakowian stanowiły kompendium wiedzy o katolicyzmie, na pograniczu ujęcia teologicznego i filozoficznego: „A właśnie, że katolicyzm! Od A do Z” (2013/2014) oraz „Będiesz człowiekiem. O tym, jak widzi Cię Bóg” (2014/2015). W Jubileuszowym Roku Miłosierdzia cykl katechez, które przygotowywały nas też do Światowych Dni Młodzieży nazwaliśmy: „Miasto się budzi! MERCY#9”. Obecnie, w sezonie 2016/2017, spotkania z cyklu „Kiedy Msza przestaje być nudna” dotyczą Liturgii. Do wygłaszania wykładów zapraszamy zawsze najlepszych teologów i filozofów, ludzi świeckich i osoby duchowne – specjalistów w swoich dziedzinach. Wszystkie wykłady zostały zarejestrowane i zamieszczone na stronie [www.salanagorze.pl](http://www.salanagorze.pl), i do dzisiaj służą wielu poszukującym wiedzy i umocnienia słuchaczom, nie tylko z Polski, ale i z zagranicy.

Będąc czynnie zaangażowanymi w przygotowania do Światowych Dni Młodzieży i ich organizację na wielu szczeblach widzieliśmy, że wielu młodych pokochało nasze miasto i z pewnością będą tu wracać. Również ci, którzy doświadczyli czegoś wyjątkowego podczas tego wydarzenia – pragnie podtrzymać ducha ŚDM i w związku z tym – szuka też miejsc do realizowania swoich marzeń, do spotykania się i wspólnego kreowania nowych inicjatyw. Jak wierzymy, **Sala na Górze** mogłaby stać się takim centrum spotkań nie tylko dla młodych Polaków, ale i wszystkich przyjaciół, którzy tak licznie ściągają do Krakowa.



## NASZ POMYSŁ

Zastanawiając się nad naszym projektem, wyszliśmy od pytania o realne potrzeby, jakie zauważamy wokół siebie.

Po pierwsze, zwróciliśmy uwagę na **brak miejsca, w którym mogliby się spotykać młodzi chrześcijanie** (w Krakowie działa około 30 wspólnot i ruchów młodzieżowych oraz 20 duszpasterstw akademickich gromadzących ludzi młodych!). Skończył się już czas salek parafialnych, potrzeba nam przestrzeni otwartej, neutralnej, świeckiej, realnych spotkań, czasu i miejsca na wymianę myśli i doświadczeń z ludźmi wyznającymi podobne wartości. Szukamy sposobów na nową ewangelizację.

Po drugie, interesują nas **dobre treści i ciekawe, nowe formy wyrazu**: poszukujemy rozwoju intelektualnego i duchowego. Nie chcemy poprzestać na tym co sami odkrywamy jako wartość, chcemy to przekazywać dalej, dzielić się, prowadzić dialog.

Wszystko, co robimy i chcemy robić, nasze zaangażowanie w przygotowania do Światowych Dni Młodzieży mają służyć także temu, by o wielu dobrych rzeczach, które się dzieją – u nas i w świecie – dowiedzieli się inni, ci, którzy w codziennej gonitwie gubią samych siebie.

Odpowiadając na wezwanie do nowej ewangelizacji zdecydowaliśmy się szukać sposobów i narzędzi, by wyjść na zewnątrz: z kościołów na ulice, z przestrzeni sakralnej w świecką. **Biorąc pod uwagę współczesne sposoby spędzania czasu wybraliśmy kawiarnię – miejsce otwarte i dostępne każdego dnia, mogące stać się miejscem permanentnej ewangelizacji!** Chcemy łączyć środowiska, stwarzać przestrzeń do budowania jedności: w dialogu, w spotkaniu, we wspólnych poszukiwaniach.

Jesteśmy przekonani, że **kierowanie się wartościami chrześcijańskimi nie wyklucza przedsiębiorczości i profesjonalnego biznesu**, a wręcz przeciwnie nadaje im głębszy sens i wymiar, a w długofalowej perspektywie pozwala generować nie tylko korzyści finansowe, ale również te niematerialne. **Naszym celem jest zatem prowadzenie takiej działalności, która przywróci właściwy sens procesowi gospodarowania** i udowodni, że działając w warunkach konkurencji, można się kierować zasadami wiary, uczciwością i rzetelnością.





## MISJA

**„Chwałą Boga żyjący człowiek, a życiem człowieka oglądanie Boga” - św. Ireneusz**

Misją **Sali na Górze** jest sprawianie, by w życiu nas samych i ludzi, których spotykamy – było **więcej życia!** Chcemy **zarażać życiem i nadzieją** tych, którym się wydaje, że świat nie oferuje już dzisiaj niczego wartościowego, że nic nie ma znaczenia. W świecie rozdartym niepokojem, zgiełkiem i gonitwą za tym, co nie nasyci – stawiamy na życie, jakie sami odkryliśmy! Wielu młodych żyje dzisiaj w odosobnieniu, samotnie, starając się jedynie o utrzymanie pracy, spłatę kredytu... Chcemy spotykać ze sobą ludzi, pomagać im w wychodzeniu do innych, dodawać otuchy i sensu codzienności.

## WIZJA

### - KRÓTKOFALOWO

**Sala na Górze** będzie położoną w centrum Krakowa kawiarnią oraz rodzajem centrum informacyjnego pośredniczącego w szerzeniu wiedzy o dobrych inicjatywach, środowiskach, wydarzeniach. Lokalizacja jest dla nas bardzo istotna: ludzie mają do nas zaglądać także przypadkiem, mimochodem, zachęceni reklamą i klimatem panującym wewnątrz.

Dzięki znajomościom nawiązanym podczas przygotowań do Światowych Dni Młodzieży, mamy nadzieję zapraszać do kawiarni wiele zaprzyjaźnionych wspólnot, przedstawicieli grup i ruchów. Chcemy wspierać te aspekty kultury, które posiadają mocny ładunek duchowy, promują dobre wartości i postawy, inspirują do działania na rzecz rozwoju nauki, sztuk audio-wizualnych, życia społecznego i wielu innych dziedzin. Dlatego też do współpracy będziemy zapraszać cenionych i lubianych twórców i przedstawicieli życia publicznego. W kawiarni odbywać się będą spotkania z interesującymi ludźmi, promocje książek, pokazy filmowe, wernisaże, debaty i dyskusje czy mini-koncerty.

Fundamentem naszego działania jest wiara, dlatego nie wyobrażamy sobie **Sali na Górze** bez **kaplicy**, miejsca naszej wspólnotowej modlitwy. Naszym pragnieniem jest także to, by w kawiarni zawsze spotkać można było **kapłana**, który tam właśnie będzie czekał na ludzi.



## - DŁUGOFALOWO

W dalszej perspektywie planujemy również wygospodarowanie w Sali na Górze miejsca do wspólnego zamieszkania członków wspólnoty, tych którzy zechcą z jednej strony pracować na rzecz kawiarni, ale też - uczynić ją prawdziwym Domem.

Sposobem na kreatywne wykorzystanie przestrzeni **Sali na Górze**, będzie czasowe udostępnianie pomieszczenia na co-working. W kawiarni będą się odbywać także różnego rodzaju warsztaty czy szkolenia. Zapewnienie zaś multifunkcyjnej przestrzeni, otworzy drogę do stworzenia warunków zarówno dla kursów tańca, występów czy wykładów. Innym pomysłem, jest przeznaczenie części lokalu na potrzeby mini-hostelu.

*Sala na Górze* myśli także o stworzeniu w ramach swojej działalności profesjonalnego zespołu medialnego, który – mając swoją bazę w kawiarni – pracowałby na rzecz Kościoła i dobrych inicjatyw na zasadach rynkowych.

Jednym z pomysłów, jaki pragniemy realizować, jest próba utrwalenia i rozwinięcia **nowego rodzaju turystyki religijnej**, który został zainicjowany w trakcie Światowych Dni Młodzieży, w ramach którego przewodnicy nie tylko opowiedzą historię i pokażą zabytki, ale dodatkowo – podzielą się np. świadectwem i wskażą jak można naśladować tak licznych świętych związanych z Krakowem. Na początek myśleliśmy o powołaniu nowych, duchowych szlaków w Krakowie, a potem, także w Polsce, np. polski szlak Bożego Miłosierdzia, szlak polskich męczenników, szlak św. siostry Faustyny etc. Przy tego rodzaju inicjatywie chcemy wykorzystać tak szybko rozwijający się dzisiaj rynek aplikacji mobilnych, jak również cieszące się dużą popularnością gry miejskie i terenowe.

W przyszłości, być może udałoby się nam stworzyć jakiś produkt lokalny, powiązany wyłącznie z *Salą na Górze* (np. browar Mariacki).

W przestrzeni kawiarni widzimy także miejsce na stoisko z książkami i chrześcijańskimi gadżetami dobrej jakości (np. produkty *Dayenu* czy *Przepis na dizajn*).



## PRODUKT

Elementem, na który zwracamy szczególną uwagę jest **menu kawiarni**. Przyświecać będzie mu założenie: PROSTOTA – UNIKALNOŚĆ – METAFORA.

Sięgnijemy do **tradycji kuchni biblijnej** – prostej i unikalnej zarazem.

1. Podstawowym produktem będzie chleb (żytni, na zakwasie, pszenny, razowy, ziarnisty, z przyprawami, sezonowy) serwowany w różny sposób (świeży, grzanki) z różnymi dodatkami (sery, warzywa, sałaty, masło smakowe, wędliny, dżemy). W karcie dostępny będzie cały dzień – wypiekany bezpośrednio przez nas.
2. Uzupełnieniem będą dania lunchowo-obiadowe typowe dla kuchni biblijnej (podpłomyki, humus, zatar, oliwy, zupa z soczewicy, mięsa (wołowina – baranina – przepiórki) w prostych formach jako gulasze, pieczenie.
3. Desery: placki z miodem, z rodzynkami, ciasto figowe, pascha, ale też bardziej znajome gościom tarty i desery sezonowe.
4. Napoje bezalkoholowe: lemoniady, kompoty, soki – wszystko robione na miejscu, kawa, herbata, woda i koktajle sezonowe
5. Napoje alkoholowe: wyborne wino, dobre piwo.

Chleb, jako podstawowy produkt, pozwala zaczerpnąć z bogactwa rodzimej kuchni i odwołać się do atmosfery dzielenia się z innymi nawet tym, co z pozoru zwyczajne. Dzięki wykorzystaniu **chleba i wina** chcemy wzmocnić tę część naszej działalności, której celem jest ewangelizacja. Kuchnia biblijna łączy w sobie ponadto wiele zalet: prostotę, ciekawe tło historyczne, unikalność, analogię do kuchni polskiej i żydowskiej, które przenikają się również w naszym mieście.

Zadbamy o zdrową, ekologiczną żywność i wykorzystamy lokalne produkty. Oferta naszej klubokawiarni będzie wpisywać się zatem w coraz szerzej rozpowszechniony ruch *Slowfood*. Menu będzie charakteryzowało się sezonową zmiennością podyktowaną naturalnym rytmem upraw. Chleb ma być wypiekany na miejscu w specjalnie zbudowanym piecu chlebowym.

Oprócz menu ideę naszego przedsięwzięcia będzie odzwierciedlał również **wystrój wnętrza kawiarni** – duży wspólny stół, nawiązujący do tradycji rodzinnych posiłków, ale też przestrzeń umożliwiająca kameralne spotkania. Stworzymy wnętrze z jednej strony przytulne, ale też nowoczesne, przestrzenne i pełne światła.



## NASZ POTENCJALNY KLIENT

Grupę docelową działań **Sali na Górze** będą stanowić przede wszystkim ludzie, którzy czują potrzebę spotkania z innymi, kierującymi się podobnymi wartościami osobami; poszukujący okazji do rozwoju intelektualnego i duchowego, chcący odkrywać swoją wiarę w sposób rozumny. Kawiarnia będzie miejscem dla ludzi poszukujących z jednej strony przestrzeni, w której mogą się dobrze czuć i być sobą, z drugiej zaś - wspólnoty i środowiska ludzi o zbliżonych poglądach. Otwierając **Salę na Górze** przyciągniemy tych wszystkich, którzy nie chcą marnować swoich talentów i zamykać się wyłącznie w wąskim gronie znajomych. Naszą ofertę kierujemy do osób należących już do wspólnot, ale także tych którzy dopiero poszukują swojego miejsca w Kościele.

Z uwagi na otwartą formułę działania *Sali na Górze*, jej zakorzenienie w ruchu wspólnotowym i misję szerzenia wartości chrześcijańskich, grupę klientów docelowych będą także stanowić ci, którzy pragną podtrzymać ducha ŚDM. Nie zapominamy o obcokrajowcach i turystach zainteresowanych ciekawymi lokalami w centrum miasta.

Profil **Sali na Górze** przyciągnie również osoby dorosłe i starsze, które – zachęczone tematyką proponowanych przez nas spotkań, ale i reklamą, z którą zamierzamy wyjść do środowiska kościelnego – zechcą wesprzeć naszą działalność.

Do naszych klientów będziemy docierać bezpośrednio, kanałami związanymi ze środowiskiem kościelnym, poprzez stronę internetową, social media oraz poprzez już zdobyte kontakty do lokali o podobnym profilu działające w innych polskich miastach (Warszawa, Poznań, Rybnik).





## ANALIZA RYNKU

**Sala na Górze** będzie działała w branży gastronomicznej, przede wszystkim na rynku krakowskich klubokawiarni i restauracji.

Charakteryzując branżę gastronomiczną w Polsce warto zwrócić uwagę na jej dużą dynamikę. Wyznaczają ją przede wszystkim zmieniająca się liczba placówek gastronomicznych oraz zmiany w zakresie puli przychodów generowanych w wyniku prowadzenia tego typu działalności. W roku 2013, wg danych GUS, w Polsce funkcjonowało 67 693 placówek gastronomicznych, które wygenerowały łącznie 25 701 mln zł. Dane te, porównane do lat wcześniejszych (Tabela 2) wskazują na tendencję spadkową, ale równocześnie należy zwrócić uwagę na jej wyhamowanie. W kontekście planowanego przedsięwzięcia stanowi to pozytywną prognozę.

**Tabela 1.** Liczba placówek gastronomicznych w Polsce w latach 2000-2013

Wyszczególnienie	2000	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Ogółem</b>	<b>84 342</b>	<b>89 340</b>	<b>92 072</b>	<b>90 330</b>	<b>86 973</b>	<b>81 131</b>	<b>78 624</b>	<b>70 483</b>	<b>67 954</b>	<b>68 787</b>	<b>67 693</b>
w tym											
sektor publiczny	3 320	2 950	2 398	2 311	2 237	1 863	1 616	1 527	1 299	1 430	1 221
sektor prywatny	81 022	86 390	89 674	88 019	84 736	79 268	77 008	68 956	66 655	67 357	66 472
Restauracje	8 519	9 716	9 716	9 840	12 119	13 731	14 120	14 937	15 096	16 478	16 936
Bary	36 436	40 834	40 834	41 073	36 947	33 151	31 828	27 145	25 732	25 885	25 195
Punkty gastronomiczne	32 377	34 572	34 572	34 729	31 779	29 042	27 569	23 892	22 803	22 120	21 447
Stołówki	7 010	6 950	6 950	6 781	6 128	5 207	5 107	4 509	4 323	4 304	4 115
Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w mln zł	15 381	16 504	17 681	18 783	20 060	20 777	20 702	21 683	21 567	24 868	25 701

**Źródło:** Dane GUS w: Raport 2014. Rynek gastronomiczny w Polsce, Horecanet.

Dane przedstawione w Tabeli 2 wskazują również na zmianę struktury rynku, która w ostatnich latach charakteryzuje się przede wszystkim wzrostem liczby lokali typu restauracje. Widoczny jest również szybszy przyrost przychodów z działalności gastronomicznej względem wzrostu liczby placówek. Wśród lokali gastronomicznych na popularności zyskują też kawiarnie. Wśród lokali tego typu największą popularnością cieszą się kawiarnie lokalne (28% respondentów) oraz cukiernie, w których podaje się kawę (28%).<sup>1</sup> W dużych miastach, w tym również w Krakowie, zauważa się ponadto większą popularność miejsc stosujących alternatywne metody parzenia kawy. Przewagę lokalnych kawiarni utożsamiać należy przede wszystkim z ciekawymi wnętrzami,

<sup>1</sup> Badanie „Polska na talerzu”, przeprowadzone w 2014 r. na reprezentatywnej grupie 1000 polskich internautów powyżej 15 roku życia.



dobłą muzyką oraz asortymentem opierającym się o domowe wypieki czy też kanapki i przekąski przygotowywane na miejscu.

W tym segmencie rynku zaczyna zauważać się również nowatorskie przedsięwzięcia łączące tradycyjną kawiarnię/pub z miejscem spotkań ludzi skupionych wokół wartości – poszukujących nie tylko miejsca spotkań, ale również formacji. Na gruncie polskim przykładem tego typu inicjatywy jest Kawiarnia **Żółty Młynek** utworzona przez Duszpasterstwo Akademickie z Rybnika, **Cafe Misja** w Poznaniu, **Cafe Rafael** w Świdniku, **Caffe Betty** w Poznaniu, **Coffee House** w Łodzi czy **Docelowo** w Warszawie.

Należy podkreślić, że **tego typu miejsce nie zostało dotychczas utworzone na terenie Krakowa**. Wydaje się również, że obszar miasta, w którym działają liczne wspólnoty, gromadzi się wielu aktywnych ludzi i w którym odbyły się Światowe Dni Młodzieży – jest naturalnym obszarem dla tego typu inicjatywy.

Duże znaczenie dla powstania i funkcjonowania klubokawiarni **Sala na Górze** mają również obserwowane powszechnie przemiany o charakterze społecznym i kulturowym, związane m.in. ze zmianą stylu życia i konsumpcjonizmem. Wpływają one przede wszystkim na odchodzenie od tradycyjnego modelu związanego z przygotowaniem i spożywaniem posiłków w domu na rzecz zamawiania posiłków, bądź ich spożywania w lokalach gastronomicznych. Wśród czynników pogłębiających tą tendencję wskazuje się ponadto na wydłużenie godzin pracy oraz coraz większe tempo i zróżnicowanie dziennego harmonogramu zajęć. Zjawiska te widoczne są zwłaszcza w dużych miastach<sup>2</sup>. Również w gospodarstwach domowych zlokalizowanych w miastach liczących 500 tys. i więcej mieszkańców, w tym w Krakowie, obserwuje się wzrost przeciętnych miesięcznych wydatków na restauracje i hotele. W 2007 roku wynosiły one 35,11 zł m-c/os., w roku 2009 – 55,91 zł m-c/os, a w roku 2011 71,33 zł m-c/os.<sup>3</sup>

Nasilający się trend jadań „na mieście” potwierdzają m.in. wyniki ogólnopolskiego badania „Polska na talerzu”[3], według których w 2014 roku, 15% badanych regularnie jadało poza domem, a 21% przynajmniej od 1 do 3 razy w miesiącu. W wyborach konsumenckich odzwierciedla się ponadto dążenie do coraz bardziej świadomego i nastawionego na zdrową żywność podejścia Polaków.

---

<sup>2</sup> Raport 2014. Rynek gastronomiczny w Polsce, Horecanet, s. 6.

<sup>3</sup> Raport 2014. Rynek gastronomiczny w Polsce, Horecanet, s. 8.



Jedzenie na zewnątrz ma również ważny **wymiar społeczny**, który wyznacza potrzeba spotykania się z innymi ludźmi i zasiadania przy wspólnym stole. Czynnikiem, który w największym stopniu wpływa na wybór konkretnego lokalu jest jakość (58%), cena (47%), lokalizacja natomiast 30%.

Podsumowując, można stwierdzić, że obecne tendencje na rynku gastronomicznym, jak również widoczne zapotrzebowanie społeczne na zdrową, dobrą żywność, potrzebę spotkania i większego spokoju rokują pozytywnie dla planowanego przedsięwzięcia. W swoim profilu odwołuje się ono bowiem do ww. elementów. Dodatkowo uzupełnia je jednak aspekt pomijany przez większość miejsc o charakterze gastronomicznym, a mianowicie: **stworzenie miejsca, sprzyjającego poszukiwaniu i odnajdywaniu wartości tak potrzebnych współczesnemu człowiekowi.**



