



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

# CENTRUM LOKALNEJ KULTURY KULINARNEJ

## jako dobra praktyka w kreowaniu systemu Krótkiego Łańcucha dostaw Żywności (KŁŻ) na przykładzie Bistro Marchewka

Instytucja odpowiedzialna za treść informacji - Polska Fundacja Innowacji

**Autor: PIOTR FRĄCKIEWICZ** na podstawie dokumentacji udostępnionej przez Fundację Partnerstwo dla Środowisko, Stowarzyszenie Producentów Koszyk Lisiecki oraz materiałów własnych a-Co. Sp. z o.o.

### Spis treści

I.	Streszczenie .....	2
II.	Co to jest Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej .....	3
III.	Dobre praktyki w organizacji – jak pozyskać dostawców i klientów .....	7
i.	Identyfikacja wizualna/marka .....	7
ii.	Receptury i menu .....	8
iii.	Personel .....	9
iv.	Lokalni dostawcy surowców .....	10
v.	Logistyka .....	13
vi.	Marketing/promocja – szkolenia, wydarzenia, społeczność .....	13
vii.	Systemy informatyczne .....	16
IV.	Uwarunkowania prawne i podatkowe .....	16
V.	Jak konkurować na rynku .....	17
VI.	Narzędzia informatyczne .....	23
i.	Wprowadzenie .....	23
ii.	Architektura systemu ACS® .....	25
VII.	Post Scriptum .....	25



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## I. Streszczenie

W niniejszym opracowaniu przedstawiamy dobrą praktykę Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej (CLKK) na przykładzie Marchewka Bistro w Nowohuckim Centrum Kultury–przedsięwzięcia gastronomicznego Fundacji Partnerstwo dla Środowiska, które bazuje na lokalnych produktach żywnościowych pozyskanych wprost od rolników i producentów. CLKK to przedsięwzięcie ekonomii społecznej, które wymaga ciągłego doskonalenia i dostosowywania do zmieniającego się, i bardzo konkurencyjnego, rynku gastronomii. CLKK to przedsięwzięcie kulinarne, którego celem jest promocja zdrowego odżywiania na bazie produktów żywnościowych pochodzących od rolników i przetwórców, produkujących lokalnie - czyli nie dalej niż ok. 100 km od Centrum. CLKK składa się z 6 modułowych elementów sprzedażowych, które mogą być skonfigurowane do określonych uwarunkowań i możliwości – gastronomia, catering, klub zakupowy, mobilna kafeteria, sklepik, wydarzenia.

Klucz dla konkurencyjności na rynku oraz rozwoju CLKK, na przykładzie dobrych praktyk Marchewka Bistro, stanowi 7 następujących zagadnień:

- Identyfikacja wizualna/marka
- Receptury i menu
- Personel
- Lokalni dostawcy surowców (i przetworów)
- Logistyka
- Marketing i promocja
- Systemy informacyjne

Wyżej wymienione zagadnienia wymagają stałego dostosowywania się do zmian zachodzących na rynku, m. in. poprzez utrzymanie wysokich standardów funkcjonowania. Niezbędnym elementem modelu CLKK jest też zdolność do zarządzania złożonymi procesami funkcjonowania Marchewka Bistro jako organizacji modułowej. W tym celu Marchewka Bistro wykorzystuje narzędzie informatyczne, jakim jest zintegrowany system ACS<sup>®</sup>. Rozwiązanie to jest opisane w opracowaniu - jego kluczowe funkcjonalności, sposoby instalacji, powdrożeniowa asysta techniczna, aktualizacje oprogramowania, warunki licencjonowania i jego orientacyjne koszty.

Przedstawiamy również informację na temat korzystania z demonstracyjnej wersji oprogramowania IT PLM (dla Klubów Zakupowych) oraz ACS (dla gastronomii). To drugie stanowi część niniejszego opracowania.

**Wersje demo oprogramowania IT PLM oraz ACS są dostępne na**

**<https://prostoodrolnika.pl/dla-organizatorow/>**



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## II. Co to jest Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej

Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej (CLKK) to przedsięwzięcie kulinarne, którego celem jest promocja zdrowego odżywiania na bazie produktów żywnościowych pochodzących od rolników i przetwórców, produkujących lokalnie czyli nie dalej niż ok. 100 km od Centrum.

Celem CLKK jest:

1. Popularyzacja kultury zdrowego, świadomego odżywiania w oparciu o żywność lokalną (czyli w oparciu o żywność produkowaną przez lokalnych rolników i przedsiębiorców),
2. Promocja i sprzedaż produktów żywnościowych, pochodzących od małych gospodarstw rolnych oraz przetwórców, produkujących tradycyjnie i ekologicznie, metodami nieprzemysłowymi,
3. Opracowywanie proekologicznych i prozdrowotnych receptur opartych na sezonowych i lokalnie dostępnych produktach żywnościowych oraz świadczenie usług gastronomicznych (obiady, catering) w oparciu o te receptury.

Wzorcowe CLKK działa od 2015 roku pod marką Marchewka Bistro. Prowadzi je Fundacja Partnerstwo dla Środowiska w Nowohuckim Centrum Kultury w Krakowie jako przedsięwzięcie ekonomii społecznej. Przedsięwzięcie to ma na celu zwiększanie popytu na produkty żywnościowe pochodzące z małych gospodarstw oraz od drobnych przetwórców w regionie - [www.marchewkabistro.pl](http://www.marchewkabistro.pl)

Marchewka Bistro to kuchnia przygotowująca posiłki w pomieszczeniach gastronomicznych, która codziennie serwuje dania na bazie świeżych, wysokiej jakości produktów lokalnych, pochodzących od wytwórców żywności partycypujących w systemie sprzedaży Produkt Lokalny z Małopolski. Marchewka Bistro to coś więcej niż gastronomia. Jego działalność wpisuje się zarówno w kulturotwórczą działalność Nowohuckiego Centrum Kultury (jednostka kultury Miasta Krakowa), jak i w ruch na rzecz poprawy kultury żywienia. Działalność biznesowa Marchewki obejmuje:

- **GASTRONOMIĘ** czyli produkcję obiadów oraz posiłków, bazujących na własnych recepturach bez „ulepszaczy” i produktach od lokalnych rolników i producentów wiadomego pochodzenia, stosujących metody nieprzemysłowe,
- **USŁUGI CATERINGOWE**, bazujące na produktach od lokalnych rolników i producentów wiadomego pochodzenia, stosujących metody nieprzemysłowe i skierowane w pierwszej kolejności do mieszkańców Nowej Huty,
- **MOBILNĄ KAFETERIĘ** obsługującą gości sali teatralnej oraz innych wydarzeń

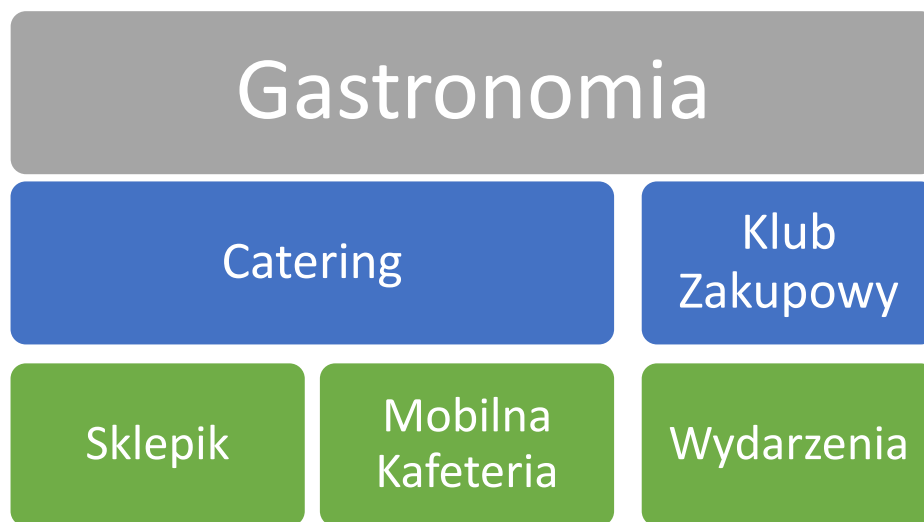
**wNowohuckim** Centrum Kultury,



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

- **KLUB ZAKUPOWY**, zrzeszający małopolskich producentów produktów lokalnych oraz konsumentów z obszaru Nowej Huty regularnie kupujących żywnościowe produkty lokalne,
- **SKLEPIK PRODUKTÓW LOKALNYCH** od współpracujących z Marchewką rolników i producentów,
- **WYDARZENIA** związane z edukacją kulinarną i konsumencką w zakresie lokalnej żywności oraz promocją zachowań ekologicznych (warsztaty, spotkania z rolnikami, prelekcje dla młodzieży ze szkół gastronomicznych).

Rys. 1 – Skalę modułów CLKK można dostosować do uwarunkowań i możliwości



W swojej działalności, Marchewka Bistro aspiruje do osiągnięcia pozycji preferowanego dostawcy usług żywieniowych dla mieszkańców Nowej Huty w Krakowie, jak i odbiorców instytucjonalnych. Jako CLKK, Marchewka Bistro to także organizator wydarzeń związanych z edukacją kulinarną i konsumencką o tematyce lokalnej, zdrowej żywności oraz promocją zachowań proekologicznych (warsztaty, spotkania z rolnikami, prelekcje dla młodzieży ze szkół gastronomicznych).

Do podstawowych grup docelowych należą:

- pracownicy Nowohuckiego Centrum Kultury oraz uczestnicy organizowanych przez NCK licznych wydarzeń kulturalnych (festiwali, spektakli, wystaw itp.), które przyciągają rodziny z całego Krakowa – a w szczególności z Nowej Huty;
- odbiorcy indywidualni z Nowej Huty, organizujący imprezy okolicznościowe, jubileusze, spotkania rodzinne;
- osoby z całego Krakowa poszukujące autentycznych produktów żywnościowych wytwarzanych przez małopolskich producentów;
- szkoły i przedsiębiorcy, działający na terenie Nowej Huty w Krakowie.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Dla Fundacji Partnerstwo dla Środowiska, Marchewka Bistro to przedsięwzięcie z zakresu ekonomii społecznej, czyli generujące korzyści gospodarcze, społeczne oraz ekologiczne – przyczyniające się w ten sposób do realizacji misji Fundacji. W praktyce oznacza to, że nadwyżki finansowe są reinwestowane w rozwój przedsięwzięcia, w szczególności w działalność edukacyjną oraz badawczo-rozwojową. Działalność Marchewka Bistro przekłada się na:

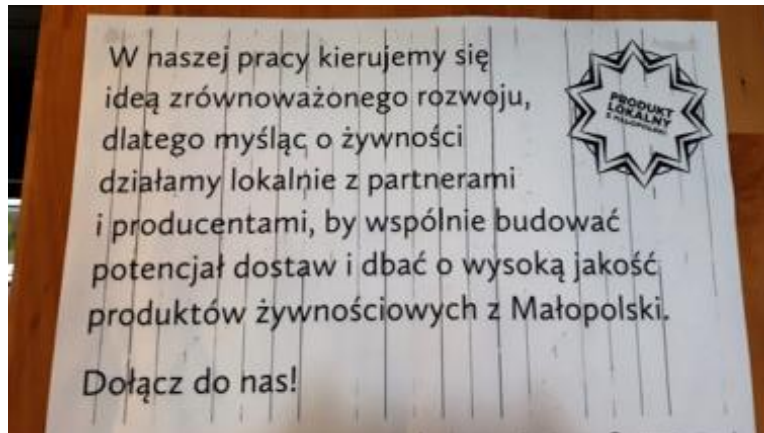
- **EFEKT FINANSOWY** - działalność gastronomiczna bilansuje przedsięwzięcie. Pozostałe kanały sprzedaży generują nadwyżkę, która zapewnia rentowność przedsięwzięcia;
- **EFEKT SPOŁECZNY** - sprzedaż jedzenia o wysokich walorach odżywczych po atrakcyjnych cenach; dążenie do wykorzystania w pełni potencjału produktów od małych producentów i gospodarstw z Małopolski w sposób, który przyczyni się do rozwoju gospodarczego regionów ich pochodzenia;
- **EFEKT EKOLOGICZNY** - bazując na producentach lokalnych, skracana jest odległość, jaką pokonuje nasze jedzenie zanim trafi na nasz talerz – w ten sposób ograniczane jest oddziaływanie przedsięwzięcia na środowisko naturalne. Prowadzone są również działania by zminimalizować odpady i straty oraz by docelowo wyeliminować plastik.

Powodzenie i trwałość przedsięwzięcia Marchewka Bistro wymaga jednak ciągłego doskonalenia modelu biznesowego, tak aby mógł on zapewnić konkurencyjność i rentowność na szybko zmieniającym się i bardzo konkurencyjnym rynku gastronomicznym. Wiąże się to z budowaniem zdolności zespołu Marchewki do wykorzystania i dostosowywania rozwiązań informatycznych w prowadzeniu, rozwijaniu i powielaniu tego przedsięwzięcia.

Przedsięwzięcie ekonomii społecznej CLKK Marchewka polega na rozwijaniu ośrodków trwałej sprzedaży żywnościowych produktów lokalnych z Małopolski, promocji ich producentów oraz regionów ich pochodzenia. Poprzez swoją działalność CLKK Marchewka stwarza możliwości zatrudnienia, przedsiębiorczości oraz aktywizacji osób zagrożonych wykluczeniem społecznym na wsi. CLKK Marchewka został opracowany jako modelowe rozwiązanie do powielenia w kolejnych lokalizacjach.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi





**MARCHEWKA  
BISTRO**

Marchewka Bistro jest częścią Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej – inicjatywy realizowanej przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska w ramach projektu Produkt Lokalny Małopolska.



**Gotujemy**  
Świeże, naturalne, lokalne – tylko takie produkty trafiają do naszej kuchni. Bazujemy na wysokiej jakości żywności wiadomego pochodzenia. Zoopatrujemy się u laureatów certyfikatu Produkt Lokalny z Małopolski.

**Promujemy**  
W Marchewka Bistro najważniejsi są nasi goście i nasi dostawcy, czyli małopolscy rolnicy i producenci. Ta niezwykła restauracja powstała po to, by promować lokalną żywność.

**Edukujemy**  
Cyklicznie organizujemy wydarzenia związane z edukacją kulinarną, ekologiczną i konsumencką, łączymy pokolenia, budujemy relacje wsi z miastem, aktywizujemy mieszkańców. To pierwsze takie przedsięwzięcie w Małopolsce.



**MARCHEWKA  
CATERING**

Organizujesz przyjęcie lub spotkanie firmowe? Potrzebujesz smacznego cateringu? Wypróbuj nas! Przygotujemy dla Ciebie smaczne dania kuchni polskiej.

Masz ochotę na gęsty krem marchewkowo - pomarańczowy z nutą świeżego tymianku? A może Twoi goście wolą bardziej tradycyjne smaki: pieczone pierogi z kiszoną kapustą i leśnymi grzybami? Wachlarz naszych dań jest na tyle szeroki, że zapewni smakowitą moc wspomnień na bardzo długo.

Oferujemy cztery rodzaje regionalnych jadłospisów: podhalański, w którym hołdujemy tradycyjnym smakom – serom górskim, ojcowski – z naszą perełką Pstrągłem Ojcowskim, zatorski – w którym rządzi prawdziwy król – karp zatorski oraz lanckoroński – z domowymi, ręcznie lepionymi pierogami.

Gwarantujemy przygotowanie indywidualnej oferty menu w zależności od Twojego wydarzenia, serwis kelnerski, zastawę stołową, transport we wskazane miejsce, a także organizację przyjęcia w naszym lokalu. Zajmujemy się cateringiem w Krakowie i okolicach. Dostarczamy zarówno na przyjęcia firmowe, jak i prywatne.

**Sprawdź, czy nasze dania pobudzą Twoje kubki smakowe i zapoznaj się z naszą szczegółową ofertą dostępną na stronie internetowej.**



**MARCHEWKA  
KLUB ZAKUPOWY**

Chcesz żyć i odżywiać się zdrowo? Szukasz wysokiej jakości produktów wiadomego pochodzenia? Mieszkasz w Nowej Hucie lub okolicach? Dołącz do naszego klubu zakupowego!

Co zyskujesz:

- dostęp do cotygodniowej oferty najlepszej jakości sezonowych produktów od rolników i producentów z Małopolski,
- możliwość udziału we wszystkich naszych wydarzeniach edukacyjnych, organizowanych zarówno w lokalu, jak i w terenie,
- uczestnictwo w weekendowych wycieczkach do zaprzyjaźnionych gospodarstw w Małopolsce.

Jak działamy?

- w każdy wtorek przygotowujemy aktualną ofertę zakupową
- zamówienia zbieramy do czwartku, do godz. 18.00
- odbiór zakupów odbywa się w soboty, w Marchewka Bistro, w godz. 11-18

**Zapisz się do klubu bezpośrednio w lokalu Marchewka Bistro lub on-line na [www.marchewkabistro.pl](http://www.marchewkabistro.pl)**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Lokal CLKK Marchewka Bistro mieści się Nowohuckim Centrum Kultury

### III. Dobre praktyki w organizacji – jak pozyskać dostawców i klientów

Organizacja pracy w Marchewka Bistro wymaga wypracowania procedur i praktyk operacyjnych dostosowanych do uwarunkowań, potrzeb i możliwości. Kluczowe dla każdego CLKK jest wykreowanie własnej marki, w oparciu o następujące elementy:

#### i. Identyfikacja wizualna/marka

Kompletny design wnętrza, strojów pracowników, materiałów informacyjnych to podstawa do budowania tożsamości i marki przedsiębiorstwa.

W przypadku CLKK Marchewka spójna wizualizacja okazała się kluczowa dla kreowania spójnego przekazu marketingowego oraz dla budowania wartości i konkurencyjności marki. Wizualizacja podkreśla spójność oraz integralność wszystkich modułów sprzedaży, które składają się na jedną całość, jaką jest **CLKK Marchewka**. Przygotowano podręcznik wizualizacji – Księga Znak, który określa sposób stosowania oznakowania oraz zasady tworzenia grafiki reklamowej i informacyjne



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
 Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
 „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
 Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi



**MARCHEWKA**  
CATERING



**MARCHEWKA**  
KLUB ZAKUPOWY

## 01 BISTRO MARCHEWKA LOGOTYP PODSTAWOWY

Logotyp Bistro Marchewka składa się z 2 elementów.  
 Sygnet (element graficzny) „3 marchewki na talerzu” nawiązuje do misji lokalu jako miejsca sprzyjającego zdrowej żywności lokalnej.  
 Element typograficzny zapisany największą stanowią odniesienia do typografii zastosowanej w linii graficznej Produktów Lokalnych z Małopolski.  
 Kolorystyka logotypu nawiązuje do linii graficznej Produktów Lokalnych z Małopolski.

Ze względu na uwarunkowania reprodukcyjne dopuszczalne są dwie wersje ekspozycji logotypu:  
 • KONTUROWA - w której logotyp może być reprodukowany bez utraty jakości dla druku offsetowego i cyfrowego w trybach CMYK oraz dla reprodukcji RGB w internecie  
 • WYPEŁNIONA - w której logotyp może być reprodukowany na tlech lub nośnikach utrudniających jego czytelność.

Forma logotypu jest niezmienna. Zawsze, gdy to możliwe, zalecane jest stosowanie znaku w wersji podstawowej.

Logotyp w wersji podstawowej składa się z trzech barw: pomarańczowej, białej i czarnej.  
 W przypadku druków jednobarwnych, w zależności od czytelności, dopuszcza się stosowanie logotypu w wersji czarno białej i białej.

Pomarańcz 185C CMYK(100/0/0) RGB(255/128/0)  
 White CMYK(0/0/0) RGB(255/255/255)  
 Pomarańcz 185C CMYK(100/0/0) RGB(255/128/0)



**MARCHEWKA**  
BISTRO

## ii. Receptury i menu

Konieczne jest ciągle doskonalenie receptur i menu, aby w ten sposób kreować tożsamość przedsięwzięcia. Chodzi o systematyczne i konsekwentne zwiększanie udziału produktów lokalnych, wykorzystując ich sezonowość i dostępność, ale także uwzględniać oceny ze strony konsumentów oraz ich preferencje obserwowanych zgodnie ze statystykami sprzedaży.

Współpracując z ekspertem kulinarnym Jerzym Poznańskim, Marchewka Bistro wypracowała własne receptury, m. in. bazujące na kaszach.

**Przykładowe przepisy kasz rozmaitych na 1 porcję**



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

<b>Klusieczki szpinakowo – jaglane</b> 80 g kasza jaglana 120 ml mleko pełne 0,5 g miód 8 g masło 27 g szpinak 1 ząbek czosnek 10 g skrobia ziemniaczana 5 g mąka gryczana jasna (do podsypiania) sól, pieprz	<b>Kotleciki z kaszy jaglanej i ziemniaków</b> 50 g kasza jaglana 120 ml mleko pełne 0,5 g miód 4 g masło 50 g ziemniaki ¼ szt. cebula czerwona sól, pieprz <b>sos:</b> 10 ml jogurt naturalny czosnek, koper świeży	<b>Gryczotto z marchewką i cząbrem</b> 80 g kasza gryczana prażona 120 ml rosół warzywny 50 g marchew ½ ząbek czosnku 15 g masło 15 ml olej ½ szt. młoda dymka ze szczypiorem sól, pieprz, cząber
--	--	---



### iii. Personel

Prowadzenie CLKK wymaga zgranego zespołu składającego się z kucharzy, pomocy kuchennej, kelnerów/kelnerów oraz menadżera, który rozumie i identyfikuje się z misją propagowania żywności lokalnej jako podstawy dla proekologicznego i prozdrowotnego odżywiania.

W przypadku CLKK Marchewka Bistro, które funkcjonuje codziennie, 7 dni w tygodniu, wykreowano zgrany zespół, liczący 8 osób pracujących na zmiany. Zespół składa się z:

- kelnerów do pracy zmianowej odpowiedzialnych za przyjmowanie zamówień od klientów, zamawianie potraw na kuchni i wydawanie potraw klientom;
- kucharzy, którzy planują i przygotowują posiłki;
- pomocy kuchennej, która wspiera kucharzy i pomaga w obsłudze kuchni.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
 Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
 „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
 Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Zespół pracuje tak, aby czas oczekiwania na odebranie zamówienia był nie dłuższy niż 5 minut, a czas oczekiwania na realizację zamówienia nie przekraczał 15 minut.

Kluczowa jest osoba Menadżera Lokalu odpowiedzialnego za reprezentowanie marki CLKK Marchewka, prawidłową pracę lokalu, rozliczenia dzienne, jakość obsługi, jakość serwowanych potraw, zamówienia towarów spożywczych oraz opakowań, przestrzeganie zasad GHP, GMP, HACCP oraz wymogów sanitarnych, BHP, ochrony środowiska i innych wymogów formalnych.

#### iv. Lokalni dostawcy surowców

Są to dostawcy surowców oraz przetworów. Stale współpracujący dostawcy to podstawa dla produkcji posiłków i oferowanych bezpośrednio do sprzedaży produktów, pochodzących wprost od producenta.

CLKK Marchewka Bistro wypracowała własne grono dostawców, którzy dostarczają podstawowe produkty żywnościowe, bazując na certyfikowanych małopolskich gospodarstwach rolnych oraz certyfikowanych produktach przetworzonych od producentów partycypujących w systemie sprzedażowym Produkt Lokalny z Małopolski (PLM), prowadzonym przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska.

System Produkt Lokalny z Małopolski umożliwia konsumentom kupowanie produktów żywnościowych bezpośrednio od producenta w sposób ciągły (Kluby Zakupowe, Targi Rolników, Katering, Restauracji, U Producenta, Wydarzenia, Sklepy, Internetowa sprzedaż), który podkreśla 3 podstawowe wzajemnie napędzające się elementy:

 PRODUKTY	 MIEJSCA	 LUDZIE
<p>posiadające cechy nawiązujące do walorów regionu ich pochodzenia oraz jego proekologicznego charakteru, co stanowi podstawę budowania wartości i rozpoznawalności systemu PLM – oraz w konsekwencji - popytu wśród konsumentów. System certyfikacji PLM weryfikuje autentyczność sprzedawanych produktów. Aktualnie 250 produktów wyróżniono certyfikatem PLM.</p>	<p>tam gdzie można poznać kulturowe, społeczne, przyrodnicze oraz krajobrazowe wartości, które definiują region, w którym produkty są wytwarzane.</p> <p>System PLM to sprzymierzenie rolników, producentów, organizacji społecznych, samorządów działających na rzecz wyróżnienia regionów pochodzenia sprzedawanych produktów. Aktualnie to 11 regionów Małopolski.</p>	<p>miejscowi producenci i przetwórcy produktów żywnościowych oraz inne osoby działające na rzecz rozwoju zrównoważonego swoich regionów są twarzą systemu PLM oraz jego kanałów dystrybucji i punktów sprzedaży. To oni uwiarygadniają i tworzą system PLM w oczach swoich konsumentów. Aktualnie jest ich ponad 150.</p>





„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Wszyscy producenci partycypujący w systemie PLM zobowiązują się do przestrzegania kodeksu „Zasady Funkcjonowania Regionalnego Systemu Sprzedaży Produktów Lokalnych Produkt Lokalny Z Małopolski”, który gwarantuje jakość i autentyczność produktów. Kodeks ten stanowi podstawę dla systemu certyfikacji PLM, który weryfikuje sprzedawane produkty i producentów pod kątem ich autentyczności i miejsca pochodzenia, zakładając, że jakość produktów jest zapewniona przez producenta. Certyfikat PLM to znak, który komunikuje kupującemu wiarygodność sprzedawanych produktów. Jest to oznakowanie żywności wiadomego pochodzenia. Jest to marka regionalna, która funkcjonuje jako znak rozpoznawczy systemu PLM, tworząc podstawę dla marketingu i promocji produktów lokalnych.

Wytyczne kwalifikacyjne dla produktów przetworzonych w systemie PLM to:

- receptura inspirowana lokalną historią, dziedzictwem przyrodniczo-kulturowym, produkt posiadający związek z danym regionem pochodzenia;
- niemasowy sposób produkcji, przy użyciu naturalnych surowców:
  - pochodzących z danego regionu (min. 75% masy surowcowej);
  - wiadomego pochodzenia (w pełni identyfikowalnych);
  - pochodzących z gospodarstw ekologicznych (certyfikowanych) lub stosujących produkcję integrowaną, bądź też z gospodarstw ekstensywnych (tradycyjnych), z wyłączeniem GMO;
- naturalne metody konserwacji;
- uwzględnienie w procesie produkcyjnym zasad dotyczących poszanowania zasobów naturalnych i ochrony środowiska.

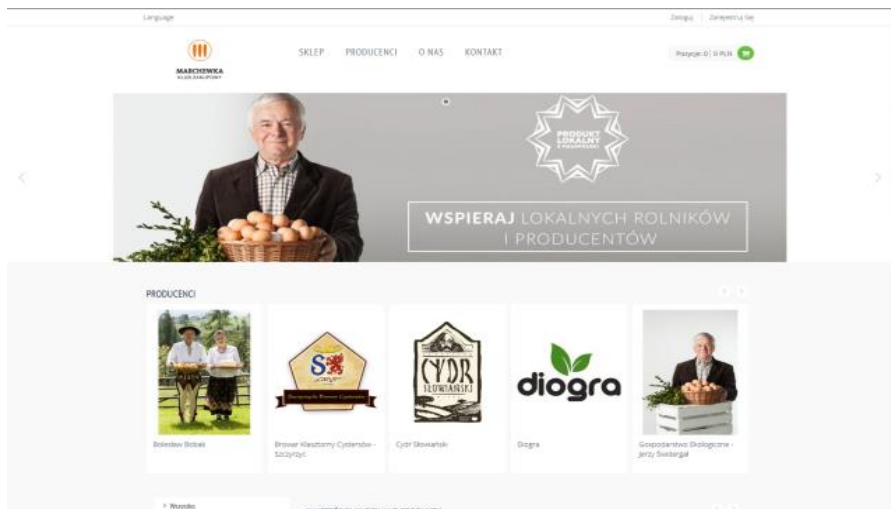
Kryteria dla gospodarstw rolnych, z których pochodzą produkty nieprzetworzone objęte certyfikacją:

- lokalizacja na terenie Małopolski, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów wytypowanych regionów pochodzenia;
- ekologiczne metody upraw/hodowli (certyfikat) lub produkcja integrowana bądź też stosowanie metod tradycyjnych (gospodarstwa ekstensywne).

Produkty przetworzone i nieprzetworzone mogą być kupowane bezpośrednio u producenta, za pośrednictwem jednego z Klubów Zakupowych PLM albo za pośrednictwem Fundacji oraz jej partnerów. Aktualna lista Klubów Zakupowych - <http://produktlokalny.pl/kluby-zakupowe/>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
 Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
 „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
 Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi





„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## v. Logistyka

Organizowanie logistyki dostaw w sposób pozwalający na realizację dostaw od lokalnych producentów jest niezbędny. Aktualnie Marchewka Bistro bazuje na dostawcach, którzy dysponują własnym transportem i takich, którzy są w stanie zorganizować dostawy własnym sumptem bądź we współpracy z personelem Marchewka Bistro lub Klubem Zakupowym Marchewka. Marchewka Bistro korzysta również z zakupów w innych Klubach Zakupowych, w szczególności w Klubie Zakupowym Koszyk Lisiecki ([zakupy.koszyklisicki.pl](http://zakupy.koszyklisicki.pl))

## vi. Marketing/promocja – szkolenia, wydarzenia, społeczność

Najsukuteczniejsza promocja opiera się na zasadzie polecenia oraz marketingu „szeptanego”, wspieranego przez media społecznościowe.

W ostatnich latach, Marchewka Bistro wypracowała własną społeczność klientów, którzy stali się również propagatorami nie tylko idei „kupowania żywność wprost od rolników i drobnych producentów”, ale również usług cateringowych, żywieniowych oraz edukacyjnych oferowanych przez Marchewka Bistro. Cykliczne szkolenia i wydarzenia edukacyjne, które „wychowują” stałych klientów bazują na współpracujących z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska oraz z innymi organizacjami społecznymi, które są zaangażowane w sprawy ekologii, zdrowego żywienia czy też rozwoju obszarów wiejskich - lokalnie, regionalnie oraz na arenie międzynarodowej.

W przypadku CLKK Marchewka, kluczowym elementem szkoleń i wydarzeń są żywnościowe produkty lokalne oraz związani z nimi producenci.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Klub Zakupowy Marchewka jest ważną formą promocji CLKK Marchewka. Pomaga w budowaniu marki oraz tożsamości lokalizacji Bistro jako integralnego elementu Nowohuckiego Centrum Kultury. Patrz [klubmarchewka.pl](http://klubmarchewka.pl)

Podstawowym instrumentem marketingowym okazał się profil Marchewki na Facebooku, na którym codziennie pojawia się menu oraz ciekawostki i informacje związane z funkcjonowaniem Marchewka Bistro oraz współpracującymi producentami i klientami <https://www.facebook.com/MarchewkaBistro>

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Ciekawą formą działalności marketingowo-promocyjnej może być kampania fundraisingowa, która angażuje potencjalnych przyszłych klientów we współtworzenie przedsięwzięcia. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska przeprowadziła taką kampanię *crowd-fundingową* na portalu [www.polakpotrafi.pl](http://www.polakpotrafi.pl), na etapie uruchamiania CLKK Marchewka ([https://www.youtube.com/watch?v=wV2-pcD\\_rVM](https://www.youtube.com/watch?v=wV2-pcD_rVM)) Celem tej akcji była zbiórka pieniędzy na zakup stołu a jednocześnie promocja idei Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej. Stół został zakupiony i służy Marchewka Bistro do dziś.

W wyniku marketingu i promocji w ostatnich latach, Marchewka Bistro wypracowała własną społeczność klientów. Ci klienci stali się również propagatorami nie tylko idei „kupowania żywność wprost od rolników i drobnych producentów”, ale również usług cateringowych, żywieniowych oraz edukacyjnych oferowanych przez Marchewkę Bistro.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**MARCHEWKA BISTRO**

Marchewka Bistro jest częścią Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej - inicjatywy realizowanej przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska w ramach projektu Produkt Lokalny Małopolska.

**Gotujemy**  
Świeżo, naturalnie, lokalnie - tylko takie produkty trafiają do naszej kuchni. Bazujemy na wysokiej jakości żywności wiadomego pochodzenia. Zaopatrujemy się u laureatów certyfikatu Produkt Lokalny z Małopolski.

**Promujemy**  
W Marchewka Bistro najważniejsi są nasi goście i nasi dostawcy, czyli małopolscy rolnicy i producenci. Ta niezwykła restauracja powstała po to, by promować lokalną żywność.

**Edukujemy**  
Cyklicznie organizujemy wydarzenia związane z edukacją kulinarną, ekologiczną i konsumencką. Łączymy pokolenia, budujemy relacje wsi z miastem, aktywizujemy mieszkańców. To pierwsze takie przedsięwzięcie w Małopolsce.

**MARCHEWKA CATERING**

Organizujesz przyjęcie lub spotkanie firmowe? Potrzebujesz smacznego cateringu? Wypróbuj nas! Przygotujemy dla Ciebie smaczne dania kuchni polskiej.

Masz ochotę na gęsty krem marchewkowo - pomarańczowy z nutą świeżego tymianku? A może Twój goście woła bardziej tradycyjne smaki: pieczone pierogi z kiszoną kapustą i leśnymi grzybami? Wachlarz naszych dań jest na tyle szeroki, że zapewni smakowitą moc wspomnień na bardzo długo.

Oferujemy cztery rodzaje regionalnych jadłospisów: podhalański, w którym hodujemy tradycyjnym smakiem - serem górskim, ojcowski - z naszą perelką Pstrągiem Ojcowskim, zatorski - w którym rządzi prawdziwy król - karp zatorski oraz lanckoroński - z domowymi, ręcznie lepionymi pierogami.

Gwarantujemy przygotowanie indywidualnej oferty menu w zależności od Twojego wydarzenia, serwis kelnerski, zastawę stołową, transport we wskazane miejsce, a także organizację przyjęcia w naszym lokalu. Zajmujemy się cateringiem w Krakowie i okolicach. Dostarczamy zarówno na przyjęcia firmowe, jak i prywatne.

Sprawdź, czy nasze dania pobudzą Twoje kubki smakowe i zapoznaj się z naszą szczegółową ofertą dostępną na stronie internetowej.

**MARCHEWKA KLUB ZAKUPOWY**

Chcesz żyć i odżywiać się zdrowo? Szukasz wysokiej jakości produktów wiadomego pochodzenia? Mieszkasz w Nowej Hucie lub okolicach? Dołącz do naszego klubu zakupowego!

Co zyskujesz:

- dostęp do cotygodniowej oferty najlepszej jakości sezonowych produktów od rolników i producentów z Małopolski,
- możliwość udziału we wszystkich naszych wydarzeniach edukacyjnych, organizowanych zarówno w lokalu, jak i w terenie,
- uczestnictwo w weekendowych wycieczkach do zaprzyjaźnionych gospodarstw w Małopolsce.

Jak działamy?

- w każdy wtorek przygotowujemy aktualną ofertę zakupową
- zamówienia bierzemy do czwartku, do godz. 18.00
- odbiór zakupów odbywa się w soboty, w Marchewka Bistro, w godz. 11-18

Zapisz się do klubu bezpośrednio w lokalu Marchewka Bistro lub on-line na [www.marchewkabistro.pl](http://www.marchewkabistro.pl)

## vii. Systemy informatyczne

Informatyczne narzędzia są niezbędne dla wspierania złożonego procesu dostaw, produkcji, sprzedaży i raportowania CLKK, w sposób który pozwala na spełnienie i zweryfikowanie przyjętych kryteriów dostaw żywności lokalnej. Różne systemy są dostępne na rynku, natomiast dla specyfiki CLKK opracowano dedykowane narzędzia informatyczne.

W Marchewka Bistro, wykorzystywane są dwa systemy informatyczne – IT PLM (do obsługi Klubu Zakupowego Marchewka) oraz ACS (do obsługi działalności gastronomicznej Marchewki Bistro). System IT PLM wraz z wersją demo oprogramowania jest przedstawiony w Dobrej Praktyce Klubu Zakupowego, natomiast system ACS wraz demo oprogramowania jest przedstawiony w niniejszym opracowaniu.

## IV. Uwarunkowania prawne i podatkowe

Funkcjonując w branży gastronomicznej, CLKK musi pozyskać wszystkie niezbędne zezwolenia dla prowadzenia działalności gastronomicznej.

W przypadku CLKK Marchewka Bistro w Nowohuckim Centrum Kultury, oznacza to przede wszystkim:

- Zezwolenie Sanepidu na prowadzenie działalności gastronomicznej i cateringowej;





„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

- Koncesję na sprzedaż alkoholu (piwo i wino).

## V. Jak konkurować na rynku

**Kluczem do sukcesu i trwałości przedsięwzięcia CLKK jest rachunek ekonomiczny.**

Wysokość obrotów i rentowność **CLKK Marchewka** zależy od:

- lokalizacji lokalu;
- zakresu świadczonych usług (gastronomia zamknięta, otwarta, dostawy posiłków, catering imprezowy, prowadzenie sklepiku, prowadzenie Klubu Zakupowego);
- fizycznych parametrów lokalu i jego wyposażenia technicznego;
- zachowania wysokiego poziomu obsługi gości lokalu;
- utrzymywania wysokiej jakości serwowanych potraw;
- marketingu: np. lokalnej promocji działalności, nawiązania współpracy z lokalnymi firmami korzystającymi z dowożonych posiłków, prowadzenia strony internetowej lokalu oraz aktywności na Facebooku, kolportażu ulotek, akcji lojalnościowych, pozyskania klientów dla Klubu Zakupowego.

Bardzo istotne znaczenie ma wysoka kultura osobista i zaangażowanie pracowników obsługujących klientów **CLKK Marchewka**. Wymaga to przestrzegania standardów i procedur przyjętych przez **CLKK Marchewka**. To systematyczność i konsekwencja działania gwarantuje sukces. To pracownicy wraz z klientami i dostawami stają się społecznością, która kreuje unikalną atmosferę lokalu i staje się coraz bardziej zdolna i aktywna do propagowania znaczenia żywności wiadomego pochodzenia, wprost od rolnika czy producenta.

Dobra praktyka to również regularne ankietowanie konsumentów, przynajmniej raz na kwartał. Wzorcowa ankieta wykorzystywana przez **CLKK Marchewka** jest przedstawiona poniżej:



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

ANKIETA			
<i>Szanowni Państwo, zwracamy się z uprzejmą prośbą o wypełnienie anonimowej ankiety, dotyczącej restauracji Bistro Marchewka w Krakowie. Państwa zdanie jest dla nas bardzo cenne, ponieważ pozwoli na dostosowanie usług naszej restauracji do Państwa potrzeb i oczekiwań.</i>			
METRYCZKA			
<b>Płeć:</b>	<input type="checkbox"/> K	<input type="checkbox"/> M	<b>Wiek:</b>
			<input type="checkbox"/> poniżej 30
			<input type="checkbox"/> 30-45
			<input type="checkbox"/> powyżej 45
<b>Jak często bywa Pan/i w Bistro Marchewka?</b>			
<input type="checkbox"/> jestem pierwszy raz	<input type="checkbox"/> codziennie lub prawie codziennie	<input type="checkbox"/> 2-3 razy w tygodniu	<input type="checkbox"/> raz na tydzień
		<input type="checkbox"/> 2-3 razy w miesiącu	<input type="checkbox"/> raz na miesiąc
			<input type="checkbox"/> rzadziej
JAKOŚĆ POSIŁKÓW			
<b>Jak ocenia Pan/i smak potraw?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan/i temperaturę serwowanych potraw?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan/i różnorodność dań?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan/i wygląd – estetykę podanych dań?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
JAKOŚĆ OBSŁUGI			
<b>Jak ocenia Pan/i kulturę osobistą (wygląd, uprzejmość) personelu?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan/i szybkość obsługi?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Czy coś się Panu/i nie podobało w zachowaniu obsługi?</b>			
.....			
RESTAURACJA			
<b>Jak ocenia Pan/i wystrój restauracji?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan/i czystość sali konsumpcyjnej?</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
<b>Jak ocenia Pan / Pani czystość toalety dostępnej dla gości restauracji?*</b>			
<input type="checkbox"/> bardzo dobrze	<input type="checkbox"/> dobrze	<input type="checkbox"/> dostatecznie	<input type="checkbox"/> źle
UWAGI/KOMENTARZE			
<b>Jak ogólnie ocenia Pan/i usługę? Z czego jest Pan/i zadowolony?</b>			
.....			
<b>Co według Pana/i powinniśmy zmienić w naszej pracy?</b>			
.....			
<b>Jaką potrawę dodał/a by Pan/i do menu?</b>			
.....			
<b>Dziękujemy za wypełnienie ankiety!</b>			
*jeśli Pan/i nie korzystał/a, proszę zostawić wszystkie pola puste			

Ciągłe monitorowanie stosunku przychodów do kosztów działalności jest kluczem. Jest to możliwe dzięki narzędziom informatycznym, które muszą być dostosowane do modułowej formuły działalności CLKK. Różne konfiguracje modułowe są możliwe, a więc oprogramowanie opracowane dla CLKK Marchewka uwzględnia tą okoliczność, dając możliwość uruchomienia dodatkowych lokalizacji.

Jeśli chodzi o rentowność, to poniżej przedstawiamy przykładowy rachunek strat i zysków, który przygotowano dla CLKK Marchewka w Nowohuckim Centrum Kultury. Kalkulacje są oparte na faktycznych doświadczeniach funkcjonującego od 5 lat przedsięwzięcia.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Po stronie przychodowej, źródła obrotu są następujące:

CLKK Marchewka Bistro									
Nazwa	Suma Październik-Grudzień FY16	%	Suma FY17		RAZEM			Średnio miesięcznie FY17	
<b>PRZYCHÓD</b>	235 885	100%	924 150	100%	1 160 035	100%		77 013	100%
Sprzedaż usług	51 167	22%	249 500	27%	300 667	26%		20 792	27%
Wydarzenia własne (w tym: 'u producenta', szkolenia)	20 950	9%	108 500	12%	129 450	11%		9 042	12%
Punkt dystrybucji Klubu Zakupowego Marchewka	25 167	11%	120 000	13%	145 167	13%		10 000	13%
Inne przychody (w tym sponsorzy, przychody marketingowe)	5 050	2%	21 000	2%	26 050	2%		1 750	2%
Sprzedaż wyrobów gotowych	157 325	67%	559 300	61%	716 625	62%		46 608	61%
Gastronomia	120 438	51%	453 000	49%	573 438	49%		37 750	49%
Catering zewnętrzny (imprezy)	36 888	16%	106 300	12%	143 188	12%		8 858	12%
Sprzedaż towarów	27 394	12%	115 350	12%	142 744	12%		9 613	12%
Sklep w Bistro (w tym targi, stragan)	23 869	10%	100 800	11%	124 669	11%		8 400	11%
Sprzedaż Internetowa (Sklep PLM)	3 525	1%	14 550	2%	18 075	2%		1 213	2%

Po stronie kosztów, sytuacja przedstawia się następująco:

CLKK Marchewka Bistro									
Nazwa	Suma Październik-Grudzień FY16	%	Suma FY17		RAZEM			Średnio miesięcznie FY17	
<b>PRZYCHÓD</b>	235 885	100%	924 150	100%	1 160 035	100%		77 013	100%
Sprzedaż usług	51 167	22%	249 500	27%	300 667	26%		20 792	27%
Sprzedaż wyrobów gotowych	157 325	67%	559 300	61%	716 625	62%		46 608	61%
Sprzedaż towarów	27 394	12%	115 350	12%	142 744	12%		9 613	12%
<b>KOSZTY BEZPOŚREDNIE</b>	205 967	87%	715 124	77%	921 091	79%		59 594	77%
Koszty materiałów	1 130	0%	8 713	1%	9 843	1%		726	1%
Koszty personalne	59 733	25%	208 529	23%	268 262	23%		17 377	23%
Koszty transportu	0	0%	0	0%	0	0%		0	0%
Koszty eksploatacji maszyn i urządzeń	0	0%	0	0%	0	0%		0	0%
Koszty IT	7 500	3%	19 552	2%	27 052	2%		1 629	2%
Koszty usług ogólne	1 000	0%	7 221	1%	8 221	1%		602	1%
Koszty bezpośrednie 'kanałów' CLKK Marchewka Bistro	28 605	12%	96 657	10%	125 262	11%		8 055	10%
Koszt sprzedanych usług, wyrobów gotowych i towarów	108 000	46%	374 452	41%	482 452	42%		31 204	41%
Pozostałe koszty	0	0%	0	0%	0	0%		0	0%
<b>WYNIK 1</b>	29 918	13%	209 026	23%	238 944	21%		17 419	23%
Koszty nadzoru	0	0%	0	0%	0	0%		0	0%
<b>WYNIK 2 Gross Operating Profit (Contribution Margin)</b>	29 918	13%	209 026	23%	238 944	21%		17 419	23%
Koszty zarządzania i obsługi	18 750	8%	64 200	7%	82 950	7%		5 350	7%
<b>WYNIK 3 EBIT</b>	11 168	5%	144 826	16%	155 994	13%		12 069	16%

Skuteczna konkurencja CLKK na szybko zmieniającym się rynku gastronomii, wiąże się z, między innymi, z tym, że jest to przedsięwzięcie ekonomii społecznej, czyli takie, które osiągając cele gospodarcze, generuje równocześnie korzyści społeczne i ekologiczne. Takie podejście jest równocześnie podstawą dla wypracowania przewagi konkurencyjnej na rynku, na którym pojawia się coraz więcej inicjatyw związanych ze zdrowym żywieniem.

Istota ekonomii społecznej w ujęciu CLKK Marchewka Bistro polega na tym, że jest to przedsięwzięcie współtworzone przez rolników i małych producentów żywności oraz przez coraz bardziej świadomych konsumentów. Strategiczni partnerzy to lokalni partnerzy społeczni



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

(stowarzyszenia prowadzące Kluby Zakupowe, Inkubator Kuchenny w Zakrzowie), którzy animują i mobilizują rolników i nieprzemysłowych przetwórców (np. produkty i marki lokalne, turystyka do regionów pochodzenia produktów itp.). Fundacja jako formalny właściciel marki PLM i Marki Marchewka Bistro oraz wypracowanej formuły działania wykorzystuje i reinwestuje nadwyżki finansowe uzyskane z działalności CLKK Marchewka w jej dalszy rozwój, pracując nieustannie by uczestnicy systemu PLM (w szczególności mali producenci) maksymalnie wykorzystali jego możliwości.

Przewaga konkurencyjna modelu CLKK Marchewka Bistro wiąże się z wkomponowaniem działalności PLM w 3 trendy, które można zaobserwować na rynku, w tym w szczególności w Krakowie:

### Fast Good, Fast Slow Food

To moda na zdrowe tradycyjne produkty, których przygotowanie zajmuje nie dłużej niż 20 minut i nie droższe niż 10zł. Obecnie ten trend widoczny jest w Krakowie w postaci licznych burgerowni. Jednak według prognoz ekspertów lokale tego typu mogą w najbliższym czasie stanąć przed problemem zmniejszającej się liczby klientów. Powodem może być przesyt, który towarzyszy istnieniu tak dużej liczby lokali serwujących zasadniczo jeden typ dania.

Kierunek dalszego rozwoju dla trendu fast food będą stanowić domowe, sprawdzone receptury oraz nowoczesne koncepcje bardzo szybkich dań. Od właścicieli lokali klienci prawdopodobnie będą oczekiwać również wprowadzenia kuchni autorskiej, która nie będzie jedynie powielala istniejącego pomysłu, jak w przypadku wspomnianych burgerowni.

### Mikrospołeczności i *'common table'*

W ostatnim czasie, w lokalach typu bistro, bardzo popularny stał się wspólny stół, przy którym klienci restauracji mogą wspólnie zasiadać. Dodatkowym elementem takiego rozwiązania może być otwarta kuchnia. W takich lokalach klienci czują się częścią małej społeczności, a atmosfera tych miejsc jest mniej „publiczna”.

Mikrospołeczności często są skupione wokół lokali, które mają swoją filozofię, zasady, z którymi klienci chcą się utożsamiać. Takie miejsca to najczęściej bistra, lunch bary, które są nowoczesne, niedrogie, mają swój charakter i aktywnie prowadzą swój profil na Facebooku, co pozwala im na utrzymanie ciągłego kontaktu z klientami.

### Zdrowo, lokalnie, sezonowo

Ten trend pojawił się w Polsce ze sporym opóźnieniem – w porównaniu z wieloma innymi krajami Europy – jednak według ekspertów rozwija się stabilnie i na pewno nie posiada



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

znamion chwilowej mody. Zjawisko to odzwierciedla głębokie zmiany, które zachodzą w świadomości społeczeństwa, dlatego proces wydaje się przebiegać stosunkowo wolno. Dużą rolę we wzrastającej popularności tego trendu odgrywa fakt, iż polska restauracja otrzymała gwiazdkę Michelin – wielu ludzi dopiero przy tej okazji zrozumiało, na czym polega tworzenie nowoczesnej, wartościowej kuchni. Przed tym zdarzeniem tradycyjna, lokalna żywność nie była kojarzona z gastronomią – za wyjątkiem sektora związanego z agroturystyką.

Mając powyższe trendy na uwadze, model CLKK Marchewka Bistro będzie konkurencyjny na rynku, ponieważ:

- Dostarcza świeże, jakościowe i autentyczne produkty lokalne wiadomego pochodzenia (od producentów PLM) klientom indywidualnym i zbiorowym, w sposób dopasowany do ich potrzeb i uwarunkowań;
- Oferuje jedzenie o wysokiej jakości po cenach konkurencyjnych w oparciu o własne receptury;
- Współpracuje z producentami żywności oraz z pasjonatami żywności lokalnej by tworzyć grono lojalnych klientów;
- Współpracuje z instytucjami publicznymi, krzewiąc kulturę zdrowszego i odpowiedzialnego żywienia, wpisując się w ten sposób w priorytety i cele publiczne;
- Sprzedając produkty lokalne PLM, przyczynia się do rozwoju gospodarczego regionów pochodzenia sprzedawanych produktów lokalnych, chroniąc środowisko naturalne i krzewiąc kulturę lokalną.

Marka CLKK Marchewka Bistro jest własnością Fundacji, która zapewnia trwałość misyjnego charakteru przedsięwzięcia, angażując w charakterze klientów, dostawców, partnerów, promotorów oraz inwestorów osoby i instytucji partycypujące w systemie sprzedaży PLM. Misyjność przedsięwzięcia CLKK Marchewka Bistro jako elementu systemu PLM stanowi podstawę do zwiększania konkurencyjności na rynku.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
 Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
 „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
 Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## Analiza SWOT wykonana dla CLKK Marchewka Bistro

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ol style="list-style-type: none"> <li>Oferowana usługa jest oryginalna, charakterystyczna i łatwo rozpoznawalna, bazując na żywności wiadomego pochodzenia,</li> <li>Atrakcyjne i autentyczne walory smakowe i estetyczne produktów.</li> <li>Żywność składająca się z naturalnych, mało przetworzonych składników wiadomego pochodzenia, gwarantująca zadowolenie klientów.</li> <li>Kompleksowa i spójna oferta bazującą na autentyczności producentów PLM i walory regionów pochodzenia produktów PLM</li> <li>Gwarantowany dostęp do produktów przetworzonych i nieprzetworzonych od producentów PLM, którzy są gwarantem autentyczności.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Produkty lokalne nie są łatwo dostępne z uwagi na rozproszenie małych producentów. Zagwarantowanie ciągłości dostaw wymaga ciągłych interwencji, które podwyższają koszty.</li> <li>Sezonowość niektórych produktów.</li> <li>Klienci oczekują powtarzalności, co może być problemem przy różnorodności produktów, smaków itp.</li> <li>Produkty regionalne są ograniczone ilościowo i stosunkowo drogie</li> <li>Brak doświadczenia w działalności tego rodzaju.</li> <li>Marka wciąż słabo rozpoznawalna i nie kojarzy się jednoznacznie z żywnością lokalną.</li> </ol>
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ol style="list-style-type: none"> <li>Oferta Marchewka wpisuje się w obserwowane trendy na rynku konsumenckim - rośnie zapotrzebowanie na naturalną, zdrową żywność – wiadomego pochodzenia</li> <li>Produkty regionalne są ostatnio skutecznie promowane (kampanie promocyjne w mediach, w tym w bardzo popularnych ostatnio programach kulinarnych).</li> <li>Bistro Marchewka jako część systemu sprzedaży PLM wpisuje się w programy rozwoju Województwa Małopolskiego oraz w priorytety lokalnych systemów żywnościowych Komisji Europejskiej</li> <li>Obecnie słaba konkurencja na rynku usług gastronomicznych i cateringu regionalnego.</li> <li>Działalność Bistro Marchewka wpisuje się w promocję Miasta i regionu, jej oferta może być z tego względu szczególnie atrakcyjna dla podmiotów publicznych i pozarządowych</li> <li>Uprzywilejowany dostęp do produktów za pośrednictwem systemu PLM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dla konsumenta wystarczą hasła, żywności lokalnej i w związku z tym oferta Marchewka Bistro okaże się mało wyróżniająca się na rynku. Konkurencyjność bazująca na autentyczności produktów oraz ich pochodzenia może okazać się nie skuteczna,</li> <li>Niewystarczająco znane regulacje prawne odnośnie wytwarzania i obrotu produktami regionalnymi ograniczają (legalny) dostęp do produktów od rolników (przetworzonych), co zagraża ciągłości dostaw</li> <li>Bariery wejścia na rynek usług w odniesieniu do zamówień publicznych – często warunkiem udziału w przetargu jest cena, a nie jakość czy specyfika wykonywanej usługi.</li> <li>Zwiększenie popytu na produkty lokalne może prowadzić do wzrostu ich cen.</li> </ol>

Warto podkreślić, że przedsięwzięcie CLKK nie jest dla wszystkich. Jest to przedsięwzięcie dla osób przedsiębiorczych zarówno gospodarczo, jak i społecznie, które:



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

- Cenią sobie świeżą, smaczną, zdrową żywność wiadomego pochodzenia oraz smak dobrej polskiej kuchni;
- Chcą, zarabiając, przyczynić się do tworzenia nowej kultury żywienia, przyjaznej środowisku naturalnemu oraz chroniącej krajobrazu, stare odmiany kasz, warzyw i owoców, oraz tradycyjne receptury;
- Chcą by ich dzieci, pracownicy, społeczności, szkoły oraz przyjaciele mieli dostęp do zdrowego, smacznego jedzenia.

## VI. Narzędzia informatyczne

### i. Wprowadzenie

Kluczem do zarządzania złożonymi procesami jest dostosowane do uwarunkowań i potrzeb Marchewka Bistro modułowe narzędzie informatyczne, jakim jest zintegrowany system ACS<sup>®</sup>. W tej części przedstawimy moduły tego oprogramowania: jego kluczowe funkcjonalności, sposobów instalacji, powdrożeniowej asysty technicznej, aktualizacji oprogramowania, warunków licencjonowania i jego orientacyjnych kosztów. Przedstawiamy również informację na temat korzystania z demonstracyjnej wersji oprogramowania, która stanowi część niniejszego opracowania.

Wersje demo oprogramowania IT PLM oraz dostęp do instruktażu ACS są dostępne na <https://prostoodrolnika.pl/dla-organizatorow/>

ACS<sup>®</sup> – jest platformą programowo – bazodanową obsługującą funkcję zarządzania zbiorowym wyżywieniem w restauracjach, jadłodajniach, kawiarniach, szkołach, kantynach pracowniczych, szpitalach, a także inkubatorach przetwórstwa żywności (tzw. ‘inkubatorach kuchennych’) oraz innych przedsięwzięciach gastronomicznych. Oprogramowanie to zostało dostosowane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości Marchewka Bistro, które jest rozwijane jako Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej.

ACS<sup>®</sup> integruje się z programami księgowymi i ERP. System jest gotowym, skalowalnym produktem do natychmiastowego uruchomienia; nie wymaga rozległej ‘*customizacji*’, a jedynie zasilenia danymi klienta (w tym: listami produktów, recepturami, cennikami).

ACS<sup>®</sup> jest wysoce skalowalny i umożliwia wielostanowiskową pracę w różnych warunkach organizacyjnych. Może być dostosowany do określonych warunków w zależności od:

- fizycznego rozmieszczenia poszczególnych elementów infrastruktury;



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

- różnej definicji procesów biznesowych, zakresów czynności, warunków organizacyjnych i sposobów rozliczeń u klienta;
- różnej konfiguracji sprzętu i dostępu do zasobów sieciowych;
- wymagań informacyjnych klienta.

Na pakiecie ACS<sup>®</sup> składają się moduły:

- Zarządzanie magazynem, inwentarz - ewidencja materiałowa, rozliczenie kosztów, inwentaryzacja;
- Receptury – moduł umożliwia definiowanie receptur dań dla różnych punktów produkcji i sprzedaży z uwzględnieniem podglądu kosztów, składników i wartości odżywczych podczas tworzenia wariantów receptury;
- Zamawianie posiłków i planowanie produkcji – tworzenie menu na dowolną ilość dni naprzód (z podglądem kosztów i składników odżywczych), wprowadzanie zamówień za pośrednictwem między innymi serwisu www, urządzenia mobilnego;
- Produkcja – automatyczne wyliczenie niezbędnych składników do produkcji, automatyczne tworzenie dokumentów magazynowych uwzględniających różne kierunki rozchodu, ujawnianie różnic pomiędzy ilością planowaną i rzeczywistą, wyliczanie kosztów jednostkowych;
- Żywnienie okazjonalne: moduł umożliwia planowanie, wykonywanie i rozliczanie produkcji posiłków, szczególnie na potrzeby imprez, ale także sprzedaży mobilnej: z food-trucków i stoisk na targowiskach
- Faktury – rejestracja faktur zakupu i sprzedaży, automatyczne generowanie faktur w oparciu o dokumenty magazynowe i sprzedaż posiłków;
- A-POS – moduł kasy fiskalnej i analizy sprzedaży.

ACS<sup>®</sup> jest aplikacją rozwijaną przez niemal 15 lat dla potrzeb dużych firm zajmujących się żywieniem zbiorowym. System jest stale aktualizowany. W przypadku Marchewka Bistro, system został dostosowany do potrzeb pojedynczej restauracji, umożliwiając zarządzanie kompletnym zakresem funkcji niezbędnych dla prowadzenia różnorodnej działalności żywieniowej i produkcji posiłków. Oprogramowanie można zastosować również w zarządzaniu siecią restauracji oraz żywieniem zbiorowym w szkołach i szpitalach. Możliwe są zastosowania również w przetwórstwie spożywczym oraz w zarządzaniu inkubatorami kuchennymi czy też kuchniami wspólnymi.

Mimo swojego technologicznego zaawansowania, a być może na skutek swojej zaawansowanej technologii, system ACS<sup>®</sup> jest równocześnie łatwy i intuicyjny w obsłudze. Został



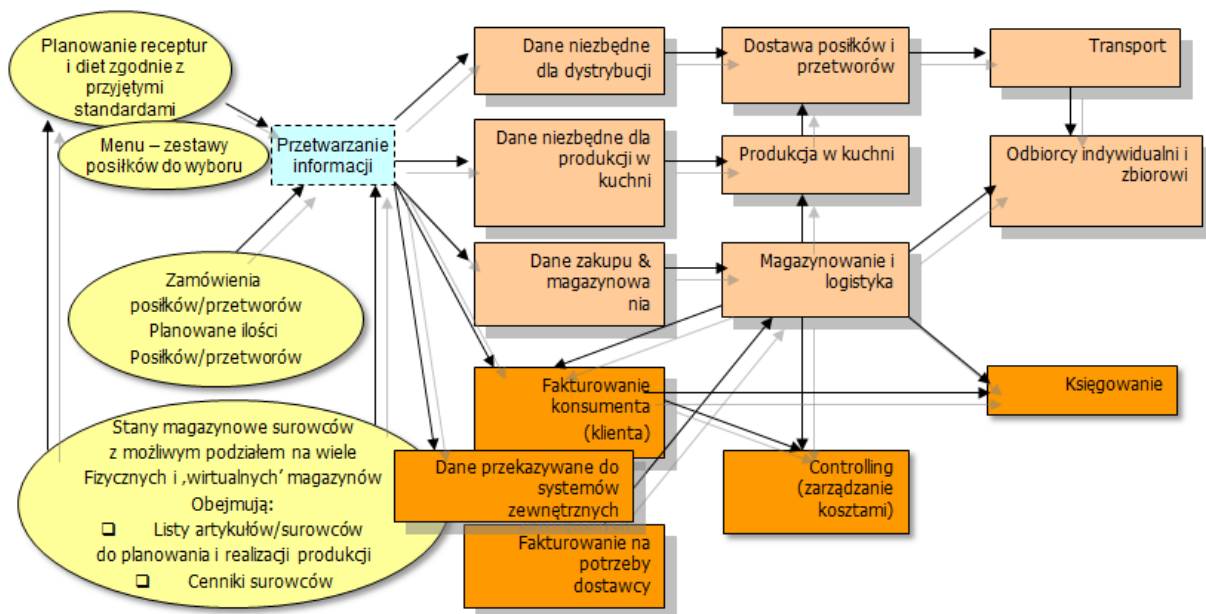
„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

przetestowany przez użytkowników nie posiadających kwalifikacji technicznych, czy informatycznych.

Jednym z czynników sukcesu ACS® jest to, że realizowane przez użytkownika procedury firmowe stały w centrum uwagi twórców systemu. Aplikacja jest zaprojektowana z uwzględnieniem kluczowych zasad:

- Skalowalność (system rośnie w miarę potrzeb użytkownika i nie ma ograniczeń, co do jego pojemności informacyjnej i geograficznej lokalizacji obsługiwanych obiektów);
- Zgodność procedur z wymogami prawa i zasadami zarówno księgowości, jak i zdrowego żywienia;
- Łatwość i intuicyjność obsługi (wykorzystanie graficznego interfejsu użytkownika z logiką zbliżoną do ekranów znanych z pakietu MS Office oraz struktura menu odpowiadająca podstawowym procesom realizowanym przez system).

## ii. Architektura systemu ACS®



## VII. Post Scriptum

Założeniem pomysłodawców CLKK Marchewka Bistro w Nowohuckim Centrum Kultury opisanym w niniejszym opracowaniu było i wciąż jest jego powielanie w innych lokalizacjach,



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

z innymi partnerami, na zasadzie „franczyzy ekonomii społecznej” aby w ten sposób zwiększać skalę przedsięwzięcie w rozumieniu:

- Liczby zaangażowanych producentów i konsumentów
- Rozmaitości i różnorodności produktów wykorzystywanych w kulinariach
- Wolumentu sprzedaży
- Oddziaływania na społeczności lokalne i rozwój obszarów wiejskich

Zdolność organizacyjna to podstawa dla osiągnięcia ww. celu, a to z kolei, wymaga umiejętnego wykorzystania narzędzi informatycznych, takich jak IT PLM i ACS, które omówiono w niniejszym opracowaniu. Dobra praktyka CLKK polega właśnie na nadaniu przedsięwzięciu zdolności do dostosowywania się do specyfiki wdrożeniowej CLKK w określonej lokalizacji i w każdej sytuacji rynkowej.