



BIURO BADAŃ SPOŁECZNYCH

ANALIZA POPYTU DLA NOWOPOWSTAJĄCEJ
FILII CENTRUM KULTURY BROWAR B.
POD NAZWĄ KLUB MŁODYCH „PLAN B”

PRZYGOTOWANA DLA
GMINY MIASTA WŁOCŁAWEK
PRZEZ
BBS OBSERWATOR SP.J.

Spis treści

1. Wstęp	3
Szczegółowe cele opracowania	4
Metodologia	4
Materiały źródłowe	4
2. Analiza popytu	6
2.1. Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt (obszar objęty analizą popytu),	6
2.2 Bieżący popyt - bieżąca wielkość popytu / usługi objęte projektem	10
Bieżąca oferta	14
Opis obecnych odbiorców	16
2.3 Prognozowany popyt - tło	17
Nowa propozycja funkcjonalna dla Centrum Kultury – przestrzeń aktywności młodzieży.....	17
Przyszli odbiorcy projektu - założenia	21
Szacowanie przyszłego popytu na produkt	23
3. Badanie mieszkańców Włocławka	31
Cele badania	31
Metoda	31
Próba	31
Wyniki badania	32
Określenie obecnych odbiorców Centrum Kultury Browar B	43
Struktura społeczno-demograficzna badanych mieszkańców	45
4. Podsumowanie.....	47
Przyszłe monitorowanie popytu.....	51
Cele badania	51
Metoda	51
Próba	51

1. Wstęp

Celem niniejszego projektu jest opracowanie analizy popytu do wniosku składanego w ramach Funduszy Europejskich na Infrastrukturę i środowisko FENX.07 Kultura. Działanie FEN.X 07.01 Typ projektu: Rozwój infrastruktury kultury (zabytkowej i nie zabytkowej) dla nowo powstającej filii Centrum Kultury Browar B we Włocławku pn. Klub Młodych „Plan B.” Projekt ten zrealizowała firma BBS Obserwator na podstawie umowy wynikającej z przeprowadzonego postępowania przetargowego.

W ramach niniejszej analizy popytu przeprowadzono analizę danych zastanych oraz przeprowadzono wywiady z mieszkańcami Włocławka, w celu określenia bieżącego popytu oraz prognozy popytu w przyszłości.

W szczególności projekt obejmuje następujące obszary:

- charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt,
- bieżąca wielkość popytu tj. liczba osób obecnie korzystających z oferty realizowanej w infrastrukturze objętej wsparciem,
- opis grup docelowych tj. opis obecnych odbiorców działalności kulturalnej realizowanej obecnie w Centrum Kultury Browar B we Włocławku,
- prognozowany popyt
- określenie przyszłego zainteresowania produktami czy usługami oferowanymi dzięki realizacji projektu,
- określenie przyszłych odbiorców projektu (beneficjentów końcowych projektu),
- określenie potrzeb kulturalnych i edukacyjnych odbiorców projektu.

Na potrzeby niniejszego projektu zdefiniowaliśmy listę dziewięciu produktów/ usług oferowanych przez Centrum Kultury Browar B we Włocławku, poniżej ją przedstawiamy.

Lista produktów/ usług:

1. wspólne przygotowywanie posiłków w pełni funkcjonalnej kuchni / kawiarni
2. udział w warsztatach kulinarnych w pełni funkcjonalnej kuchni
3. spędzanie czasu w pomieszczeniu wyciszenia („unplugged”), wolnego od nadmiernych bodźców
4. udział w koncertach w sali kinowo – konferencyjnej
5. udział w wydarzeniach edukacyjno-kulturalnych (wykłady etc.) w sali kinowo – konferencyjnej
6. korzystanie z wyciszonej akustycznie sali prób – wyposażonej w odpowiednie podłączenia elektryczne umożliwiające podłączenie sprzętu muzycznego do prób zespołów muzycznych
7. uczestnictwo w zajęciach dydaktycznych w niewielkich salach z tablicą, stołami, krzesłami, systemem do telekonferencji (muzyczne, recytatorskie, językowe itp.)
8. korzystanie ze specjalnej przestrzeni do spotkań – z kanapami, pufami, stolikami, możliwością włączenia muzyki,
9. korzystanie z siłowni

Szczegółowe cele opracowania

Analiza bieżącego popytu obejmująca ostatnie pięć lat:

- Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt (obszar objęty analizą popytu).
- Charakterystyka obecnych odbiorców działalności Centrum Kultury Browar B.
- Charakterystyka grupy docelowej, ich liczba, podstawa oszacowania.

Zbadanie przyszłego popytu:

- Określenie przyszłych odbiorców projektu.

Metodologia

Analiza bieżącego popytu i przyszłego popytu została opracowana na podstawie obiektywnych źródeł zewnętrznych. Były to przede wszystkim dane pochodząca z Banku Danych Lokalnych GUS, a także dane z raportów badawczych realizowanych przez Urząd Miasta Włocławek, danych otrzymanych z Centrum Kultury Browar B we Włocławku oraz na podstawie badań własnych przeprowadzonych przez Biuro Badań Społecznych Obserwator w dniach od 15 do 25 maja 2025 r.

Materiały źródłowe

- *Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa kujawsko-pomorskiego w marcu 2025r. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *Raport o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa kujawsko-pomorskiego 2025. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *Edukacja w województwie kujawsko-pomorskim w roku szkolnym 2023/2024. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *Raport o stanie miasta Włocławek za 2023 rok. Urząd Miasta Włocławek BiP.*
- *Raport po przeprowadzeniu anonimowej ankiety na temat potrzeb młodzieży w zakresie oferty kulturalno-rozrywkowej. Włocławek 2022*
- *Stan i ruch naturalny ludności w województwie kujawsko-pomorskim w 2023 r. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *Raport o stanie miasta Grudziądz za 2023r*
- *Raport o stanie miasta Włocławek za 2023r*
- *Raport o stanie miasta Płock za 2024r*
- *Włocławski Standard Usług Społecznych, ZADANIE III. Urząd Miasta Włocławek 2022.*
- *Strategia rozwoju miasta Włocławek 2030+. Włocławek 2021.*

- *Diagnoza sytuacji społecznej, gospodarczej i przestrzennej miasta Włocławek. Włocławek 2021.*
- *Bydgoszcz, Grudziądz, Toruń, Włocławek w liczbach 2021. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *Statystyczne Vademecum Samorządowca 2020, miasto Włocławek. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy.*
- *GUS, Bank Danych Lokalnych. <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/start>*
- *<https://www.portalwloclawek.pl/>*
- *<https://www.wloclawek.eu/>*
- *Raport z badań własnych, przeprowadzonych przez BBS OBSERWATOR na potrzeby projektu.*

2. Analiza popytu

2.1. Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt (obszar objęty analizą popytu),

Położenie obiektu

Centrum Kultury „Browar B.” znajduje się w centrum Włocławka, przy ulicy Łęskiej 28, w bezpośrednim sąsiedztwie Starego Miasta. Obiekt powstał w miejscu dawnego Browaru Bojańczyków, który przez wiele lat był nieczynny. Dzięki rewitalizacji kompleksu budynków, zrealizowanej z wykorzystaniem środków unijnych, powstała nowoczesna instytucja kultury, która oficjalnie rozpoczęła działalność 16 maja 2014 roku.¹

Lokalizacja Browaru B. w centralnej części Włocławka, w pobliżu innych instytucji kulturalnych (Muzeum Historii Włocławka, Muzeum Etnograficzne, oraz edukacyjnych, sprawia, że jest to atrakcyjne miejsce zarówno dla mieszkańców, jak i odwiedzających miasto.

Centrum Kultury „Browar B.” we Włocławku jest dobrze skomunikowane zarówno komunikacją miejską, jak i samochodowo, co czyni je dostępnym dla szerokiego kręgu odbiorców.

Przed głównym wejściem do Browaru B znajduje się przystanek autobusowy „Centrum Kultury Browar B 02”, obsługiwany przez miejskie linie.

Browar B znajduje się w centrum Włocławka, w obszarze objętym **Strefą Płatnego Parkowania**. Przy samym obiekcie dostępne są miejsca parkingowe, w tym cztery miejsca wyznaczone dla osób z niepełnosprawnościami. Dodatkowo, w pobliżu znajdują się inne parkingi:

- **ul. Bechiego**
- **Bulwary Marszałka Piłsudskiego**
- **pod Mostem Marszałka Edwarda Śmigłego-Rydza**
- **przy Przystani**

Włocławek posiada rozwiniętą sieć dróg rowerowych, co umożliwia dojazd do Browaru B na rowerze. Dla osób preferujących piesze wędrówki, lokalizacja w centrum miasta sprawia, że obiekt jest łatwo dostępny pieszo z różnych części Włocławka.

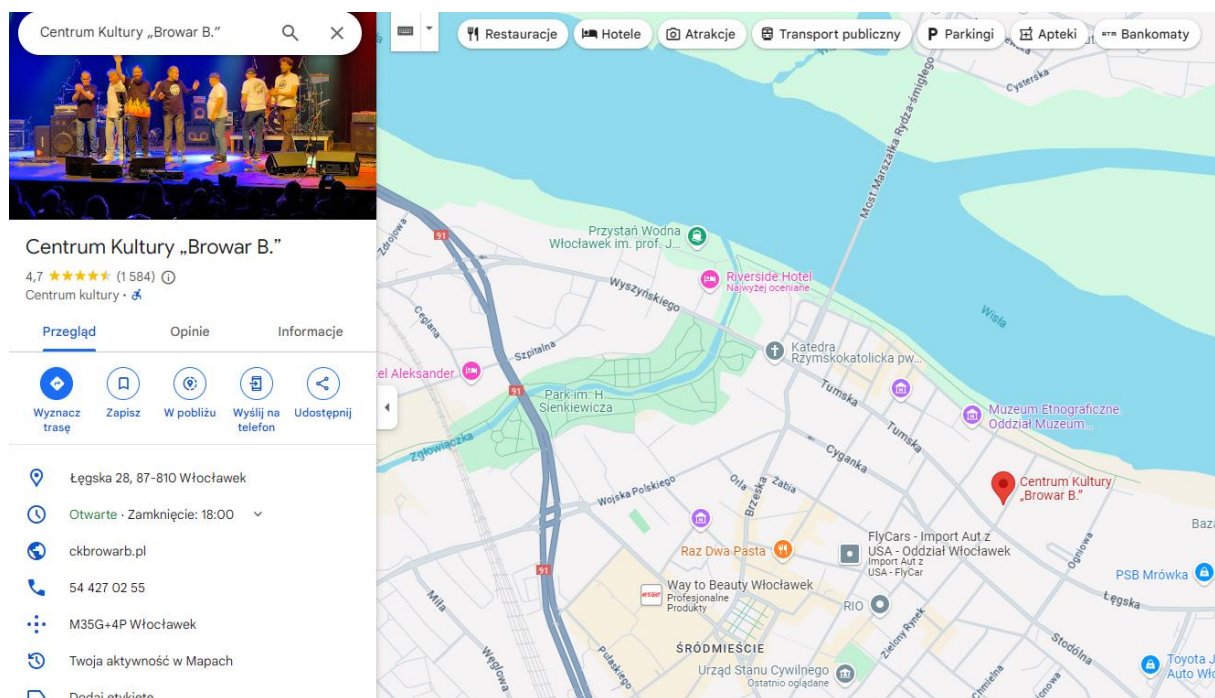
Centrum Kultury „Browar B.” we Włocławku znajduje się w centralnej części miasta, co zapewnia bliskość do wielu istotnych instytucji edukacyjnych, administracyjnych oraz kulturalnych.

¹ <https://ckbrowarb.pl/o-nas/> data odczytu 15 maja 2025r

W pobliżu znajdują się m.in.:

- Zespół Szkół Technicznych,
- Zespół Szkół Chemicznych
- Liceum Ogólnokształcące nr III
- Technikum Nr 6

Łącznie w szkołach ogólnokształcących w roku 2023 we Włocławku było 4088 uczniów.

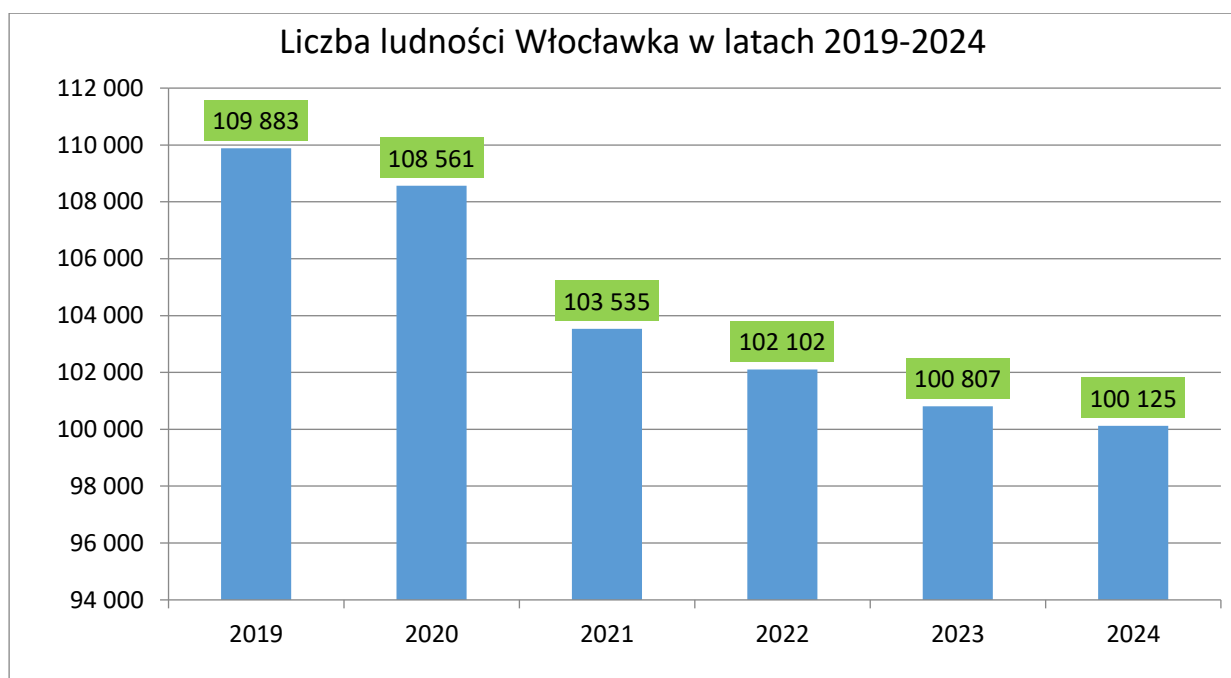


Dane: google.maps

Włocławek to miasto na prawach powiatu, położone w centrum kraju, w południowo-wschodniej części województwa kujawsko-pomorskiego nad rzeką Wisłą, przy ujściu rzeki Zgłowiączki, poniżej zapory wodnej tworzącej Zalew Włocławski. Pod względem geograficznym leży w Kotlinie Płockiej, jest trzecim co do wielkości miastem województwa, największym i najważniejszym miastem wschodnich Kujaw. We Włocławku wg danych GUS na dzień 31.12.2023 r. zamieszkiwało 100 807 osób, w tym 9062 osoby w wieku 15 do 24 lat.²

Populację Włocławka w ostatnich pięciu latach przedstawia wykres poniżej:

² Dane GUS Statystyczne Vademecum Samorządowca (<https://svs.stat.gov.pl/115/53/60>)



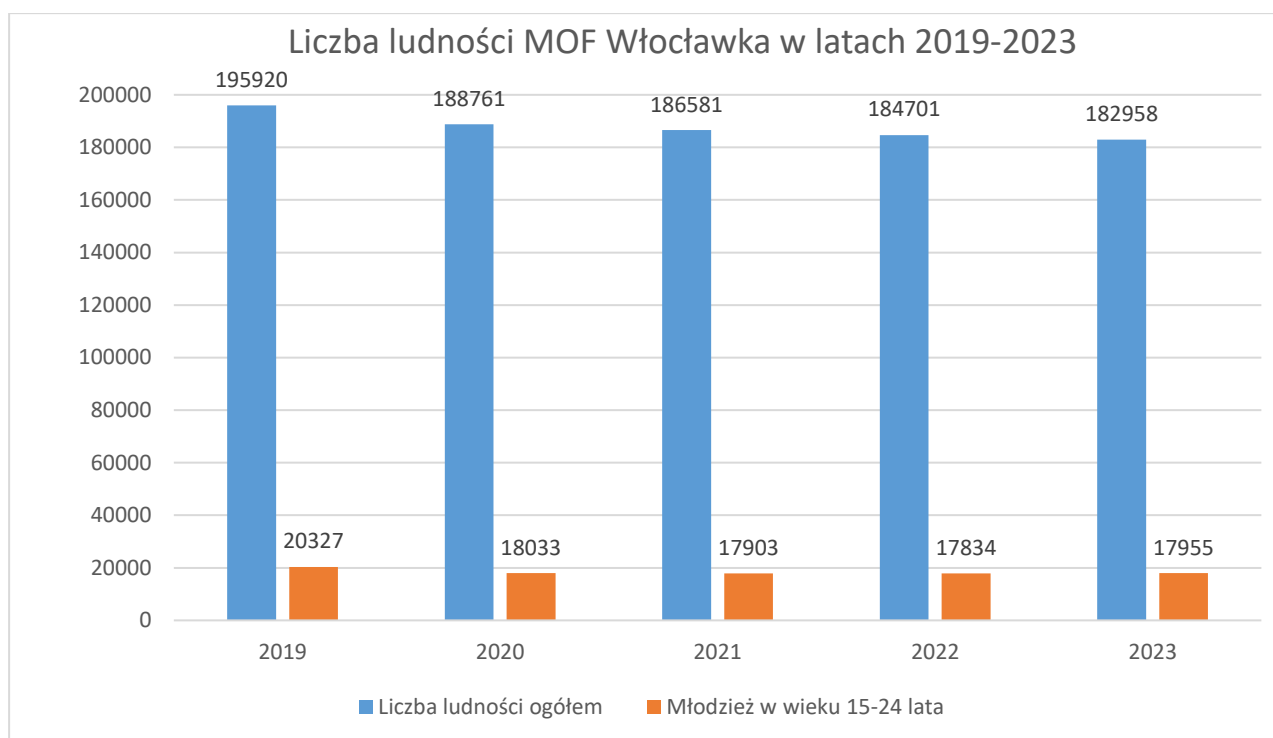
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Nowa Strategia rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego do roku 2030 – *Strategia Przyspieszenia 2030+* wskazała nowe granice Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Włocławka, a należą do niego oprócz miasta Włocławek następujące gminy: Lubanie, Fabianki, Brześć Kujawski, Lubraniec, Włocławek, Chocień, Kowal, Kowal miasto, Baruchowo, Izbica Kujawska, Boniewo, Chodecz, Lubień Kujawski. Proponujemy ten teren uznać za obszar, w którym Centrum Kultury Browar B działa i z którego może pozyskiwać odbiorców swoich produktów (usług).

Według danych GUS w 2020 r. obszar ten zamieszkiwało 194 207 osób, w tym 55,9% stanowili mieszkańcy Włocławka. W ciągu roku liczba ta zmalała o 1713 osób, ponieważ w 2019 r. obszar liczył 195 920 osób, w tym 56,09 % mieszkańców Włocławka. W okresie 1998–2019 liczba ludności obszaru zmalała o 14 862, z czego 90,77% stanowią włocławianie. W niektórych gminach liczba ludności utrzymywała się na podobnym poziomie, gmina Włocławek oraz Fabianki odnotowała wzrost liczby ludności.³

Populację Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Włocławka w ostatnich pięciu latach przedstawia wykres poniżej:

³ Diagnoza sytuacji społecznej, gospodarczej i przestrzennej miasta Włocławek. Włocławek 2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W ramach przygotowań do strategii rozwoju „Włocławek 2030+” przeprowadzono w roku 2021 badania ankietowe, w których mieszkańcy miasta oceniali m.in. ofertę kulturalną i możliwości spędzania wolnego czasu.

Na podstawie zebranych danych stwierdzono, że najniżej oceniono ofertę czasu wolnego skierowaną do dorosłych oraz seniorów. Również w przypadku dzieci i młodzieży opinie były krytyczne – 39% respondentów uznało, że oferta dla tej grupy wiekowej znajduje się na niskim poziomie.

Najlepiej ocenionym elementem w tej kategorii był stan oraz wyposażenie obiektów sportowych, a także ich dostępność. Zadowolenie z tych aspektów wyraziło niemal 40% badanych. Negatywne oceny w zakresie stanu obiektów sportowych wskazało 15,2% uczestników, natomiast w odniesieniu do ich dostępności – 17,4%.

Oferta kulturalna miasta również została oceniona stosunkowo nisko. Jedynie 17,6% respondentów uznało ją za dobrą lub bardzo dobrą, podczas gdy ponad 39% oceniło ją negatywnie. 43% uczestników badania określiło jakość oferty jako przeciętną.

Analiza wyników wskazuje także na niedostateczną liczbę wydarzeń kulturalno-rozrywkowych organizowanych w mieście. Aż 46% respondentów uznało ten aspekt za zły lub bardzo zły, 35,3% oceniło go jako przeciętny, natomiast tylko 16,2% wyraziło zadowolenie.⁴

⁴ Raport z badań ankietowych 2021 do Strategii Rozwoju Miasta Włocławek 2030+

2.2 Bieżący popyt - bieżąca wielkość popytu / usługi objęte projektem

Na potrzeby opracowania przyjmujemy, że bieżący popyt (bieżąca wielkość popytu) oznacza liczbę osób obecnie korzystających z oferty realizowanej w infrastrukturze objętej wsparciem.

Centrum Kultury Browar B we Włocławku w czasie ostatnich blisko 10 lat działalności zorganizowało prawie 500 koncertów, a także około 700 różnego rodzaju wydarzeń i uroczystości niebędących koncertami, ale wymagających użycia sceny, około 100 spektakli, (łącznie około 1300 imprez estradowych), 90 spotkań autorskich, ponad 300 wystaw, średnio 30 rocznie, około 160 wernisaży, 50 dużych imprez plenerowych.⁵

Mieszkańcy Włocławka chętnie biorą udział w organizowanych wydarzeniach kulturalnych i edukacyjnych przez Centrum Kultury Browar B. Dlatego też w ciągu minionych 10 lat na koncerty organizowane przez Browar przybyło ponad 140 tys. osób, inne niż koncerty wydarzenia, tj. konferencje, prelekcje, uroczystości odwiedziło prawie 120 tys. osób, na spektakle do Browaru przybyło około 30 tys. widzów, publiczność spotkań autorskich to około 8 tys. osób. Organizowane przez Centrum Kultury Browar B wystawy zwiedziło ponad 180 tys. odbiorców sztuki, w wernisażach uczestniczyło ponad 10 tys., a imprezy plenerowe, które organizowane były we współpracy z włocławskim samorządem, to prawie 120 tys. uczestników.

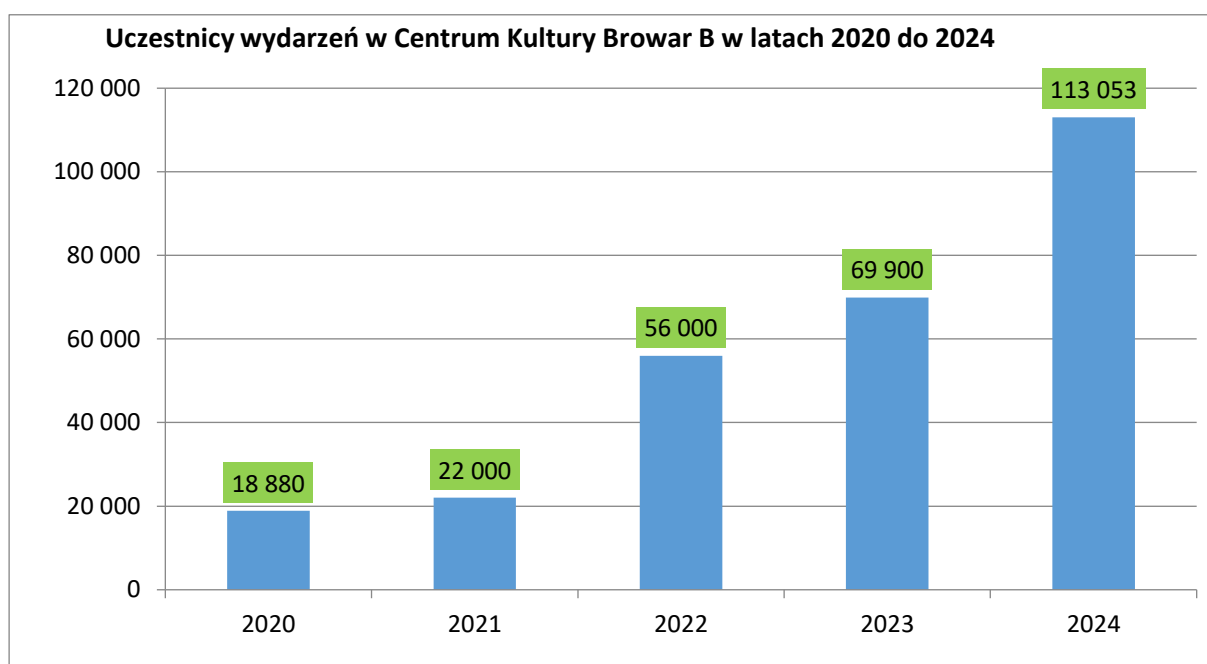
Biorąc pod uwagę tylko rok 2024 w trakcie przedsięwzięć własnych i współorganizowanych przez CK Browar B takich jak koncerty, wydarzenia, spektakle, spotkania autorskie oraz wernisaże zgromadzone audytorium około 74 300 osób (w tym w wydarzeniach własnych ok. 52 320 oraz w wydarzeniach współorganizowanych ok. 21 980). Dodatkowo osoby zwiedzające wystawy w ramach stałych ekspozycji i czasowych w korytarzach i holach to około 28 700 osób, a uczestnicy innych działań kulturalnych, np. oprowadzanie po obiekcie, lekcje na ekspozycji, lekcje biblioteczne zgromadziły grupę 10 053 odbiorców. Łącznie w 2024 roku Centrum Kultury Browar B odwiedziło 113 053 osób.⁶

Dla porównania w latach ubiegłych grupa odbiorców wynosiła w 2023 r. ok. 69 900, w 2022 r. ok. 56 000 osób, w 2021 r. ponad 22 000 osób, a w 2020 r. ok. 13 000 odbiorców.

⁵ <https://ckbrowarb.pl/o-nas/> data odczytu 15 maja 2025

⁶ Dokument Centrum Kultury Browar B

Uczestnicy wydarzeń w Centrum Kultury Browar B w latach 2020 do 2024:



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z CK Browar B

W celu właściwej oceny liczby uczestników wydarzeń organizowanych przez Centrum Kultury „Browar B” we Włocławku, zasadnym jest odniesienie tych danych do działań prowadzonych przez instytucje kultury w miastach o porównywalnej wielkości zlokalizowanych w najbliższym regionie. W niniejszej analizie przyjęto trzy punkty odniesienia: Grudziądz, Inowrocław i Płock – miasta o podobnym profilu demograficznym i społecznym – wraz z odpowiadającymi im centrami kultury. Porównanie to umożliwi osadzenie działalności „Browaru B” w szerszym kontekście regionalnym i lepsze zrozumienie jego roli w kulturalnym życiu Włocławka.

Grudziądz – Centrum Kultury Teatr

Liczba ludności miasta Grudziądz w 2023 r.: 88 658

Liczba młodzieży w wieku 15–19 lat: 4 388

Liczba młodzieży w wieku 20–24 lata: 3 777

W 2023 roku Centrum Kultury Teatr w Grudziądzu zrealizowało bogaty program artystyczny obejmujący m.in. 21 spektakli teatralnych, 105 koncertów (w tym 9 w ramach cyklu „Niedzielne Koncerty w Teatrze”), 65 wydarzeń dla dzieci i młodzieży, 21 wystaw, 27 imprez plenerowych, 12 wydarzeń autorskich, 65 wydarzeń współorganizowanych oraz 12 seansów filmowych w ramach Dyskusyjnego Klubu Filmowego. Dodatkowo prowadzone były zajęcia Amatorskiego Ruchu Artystycznego. Łącznie w wydarzeniach uczestniczyło ponad 98 000 osób.⁷

Inowrocław – Kujawskie Centrum Kultury

Liczba ludności Inowrocławia w 2023 r.: 67 378

⁷ Raport o stanie Miasta Grudziądz za 2023 rok

Liczba młodzieży w wieku 15–19 lat: 3 037

Liczba młodzieży w wieku 20–24 lata: 2 784

W minionym roku Kujawskie Centrum Kultury przeprowadziło 794 wydarzenia o charakterze upowszechniającym kulturę – zarówno w formie stacjonarnej, jak i on-line, m.in. za pośrednictwem mediów społecznościowych (Facebook, YouTube). W wydarzeniach tych wzięło udział łącznie 31 331 uczestników. Oferta programowa obejmowała m.in.: spotkania autorskie, lekcje biblioteczne, wycieczki, warsztaty (plastyczne, językowe, ekologiczne, literackie), koncerty, wystawy, spektakle teatralne, zajęcia wakacyjne i feryjne, dyskusje literackie oraz projekcje filmowe.⁸

Płock – Płocki Ośrodek Kultury i Sztuki im. F. i S. Themersonów (POKiS)

Liczba ludności Płocka w 2023 r.: 111 190

Liczba młodzieży w wieku 15–19 lat: 5 163

Liczba młodzieży w wieku 20–24 lata: 4 596

W 2023 roku POKiS zrealizował około 590 wydarzeń o zróżnicowanym charakterze artystyczno-edukacyjnym, z których skorzystało łącznie około 100 000 osób. Około 600 dzieci i młodzieży regularnie uczestniczyło w cotygodniowych zajęciach prowadzonych w 20 zespołach, klubach i pracowniach. Ponadto, ponad 3 000 osób wzięło udział w 131 warsztatach artystycznych (tanecznych, wokalnych, plastycznych, teatralnych, animacji poklatkowej i radiotelegraficznych). W okresie wakacyjnym dla 80 dzieci zorganizowano program „Kolorowe Lato”, łączący działania artystyczne z profilaktyką i promocją zdrowego stylu życia.⁹

Miasto	Ludność ogółem	Młodzież 15–19	Młodzież 20–24	% młodzieży w populacji	Liczba wydarzeń	Liczba uczestników	Uwagi
Grudziądz	88 658	4 388	3 777	9,2%	ok. 308*	>98 000	Duży udział wydarzeń plenerowych, spektakli i koncertów
Inowrocław	67 378	3 037	2 784	8,6%	794	31 331	Liczne działania edukacyjne, część realizowana online
Płock	111 190	5 163	4 596	8,8%	ok. 590	ok. 100 000	Bogata oferta warsztatów, stałe zajęcia w pracowniach
Włocławek	100 807	4 638	4 424	9,0%	ok. 730	113 053	Najwyższa frekwencja, szerokie spektrum działań kulturalnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z raportów o stanie miasta Grudziądz, Płock i Inowrocław.

⁸ Raport o stanie Miasta Inowrocławia za 2024 rok

⁹ Raport o stanie Miasta Płock za 2023 rok

Analiza działań instytucji kultury w porównywalnych miastach pokazuje, że liczba wydarzeń oraz frekwencja w poszczególnych ośrodkach uzależniona jest nie tylko od wielkości miasta, ale także od różnorodności oferty programowej, sposobu dystrybucji treści (online i offline), a także przyjętego modelu organizacyjnego.

W Grudziądzu, mimo populacji mniejszej niż we Włocławku, Centrum Kultury Teatr przyciągnęło ponad 98 000 uczestników, co wynika z silnego akcentu na koncerty, spektakle i wydarzenia plenerowe. Z kolei w Inowrocławiu – mieście mniejszym niż Włocławek – odnotowano 31 331 uczestników 794 wydarzeń, przy czym duża część działań miała charakter edukacyjny i internetowy. Natomiast Płock, jako największe z analizowanych miast, zorganizował ponad 590 wydarzeń, w których uczestniczyło ok. 100 000 osób – przy jednoczesnym utrzymaniu systematycznych, cotygodniowych zajęć dla dzieci i młodzieży.

Pod względem łącznej liczby odbiorców, Centrum Kultury „Browar B” wypada **najlepiej spośród analizowanych instytucji**. To pokazuje nie tylko duży potencjał infrastrukturalny i organizacyjny, ale również wysoki poziom aktywności i zasięg społeczny. Warto podkreślić, że duża część odbiorców to osoby uczestniczące w działaniach edukacyjnych i ekspozycyjnych, co potwierdza szeroki profil funkcjonowania instytucji – łączącej ofertę artystyczną, edukacyjną i animacyjną.

W kontekście demograficznym Włocławek, z ok. 102 tys. mieszkańców, ma porównywalny potencjał jak Płock i Grudziądz, a odnotowuje frekwencję na wydarzeniach kulturalnych na zbliżonym lub wyższym poziomie. To świadczy o silnej pozycji „Browaru B” w regionie i jego istotnej roli jako lokalnego centrum życia kulturalnego. Stąd też możemy przyjąć wartość 113 tys. osób jako wartość bieżącego popytu na usługi i produkty analizowanej instytucji kultury.

Bieżąca oferta

Centrum Kultury „Browar B.” w ramach działań proponuje blisko 40 różnego rodzaju sekcji edukacyjno-artystycznych. Prowadzi kilkanaście grup tanecznych, w tym legendarny Zespół Pieśni i Tańca „Kujawy”, istniejący od ponad 35 lat i liczący ponad 120 tancerzy, oraz utytułowany zespół „Classic”, działający od ponad 27 lat pod kierunkiem Iny Griszczuk.. W swojej ofercie ma propozycję dla seniorów w trzech zespołach seniorskich. W klubie „Zazamcze” swoje próby odbywa 20 zespołów muzycznych. Bardzo intensywnie rozwija się plastyka. Ponadto oferuje sekcje: malarstwa, rzeźby, grafiki, rysunku, tkactwa, zajęcia plastyczne kreatywne dla maluchów. W 2017 roku powstała Pracownia Edukacji Muzycznej ze studiem nagrań. Na terenie Browaru Bojańczyków funkcjonuje bardzo dobra restauracja i modny w mieście klub muzyczny.¹⁰

Centrum Kultury „Browar B.” we Włocławku to nowoczesna instytucja kulturalna, działająca w zrewitalizowanych budynkach dawnego Browaru Bojańczyka. Oferuje szeroki wachlarz zajęć artystycznych, edukacyjnych i rozrywkowych dla różnych grup wiekowych.

Szczegółowa oferta składa się z poszczególnych propozycji:

Zajęcia artystyczne i edukacyjne

Akademia Sztalugi i Pędzla: Pracownia Edukacji Plastycznej oferuje zajęcia z rysunku, malarstwa, mozaiki i grafiki. Zajęcia odbywają się od października do czerwca i są przeznaczone dla dzieci, młodzieży oraz dorosłych.

Weekendowa Akademia Sztuki: Cykl warsztatów dla dorosłych, obejmujący różne techniki artystyczne, takie jak rysunek, malarstwo, mozaika i grafika. Zajęcia odbywają się raz w miesiącu w weekendy i kończą się wystawą prac uczestników

Interaktywne Centrum Fajansu – Skarbiec Fajansu: miejsce, gdzie dzieci i młodzież mogą uczestniczyć w warsztatach ceramicznych, poznając tradycję włocławskiego fajansu.

Wydarzenia kulturalne i rozrywkowe

Koncerty i spektakle: centrum organizuje różnorodne wydarzenia, takie jak koncerty jazzowe, występy kabaretowe i spektakle teatralne. Przykłady to cykl „Jazzowe Czwartki” oraz występy Kabaretu Moralnego Niepokoju i spektakl „Dwoje na huśtawce”.

Wystawy: Galeria Fotografii „Migawka” prezentuje prace artystów, takie jak wystawa fotografii Tomasza Grzyba „Światło w przestrzeni cienia”.

Oferta dla dzieci i młodzieży

BroFerie: program ferii zimowych dla dzieci w wieku 6–12 lat, obejmujący warsztaty artystyczne, muzyczne, ceramiczne oraz zabawy i konkursy.

¹⁰ <https://ckbrowarb.pl/o-nas/>

Zajęcia w filiach: Kluby „Zazamcze”, „Łęg” i „Stara Remiza” oferują różnorodne zajęcia dla dzieci i młodzieży, w tym warsztaty plastyczne, muzyczne i teatralne.

Infrastruktura

Sala widowiskowa: nowoczesna sala o powierzchni 500 m², mogąca pomieścić do 550 osób. Wyposażona w scenę, nagłośnienie, oświetlenie i inne udogodnienia, służy do organizacji koncertów, spektakli i konferencji.¹¹

Centrum Kultury „Browar B.” stanowi ważne miejsce na kulturalnej mapie Włocławka, oferując bogaty program dla mieszkańców w każdym wieku.

¹¹ <https://ckbrowarb.pl/>

Opis obecnych odbiorców

Opis grup docelowych tj. opis obecnych odbiorców

Obecni odbiorcy działalności kulturalnej i edukacyjnej Centrum Kultury Browar B we Włocławku to mieszkańcy miasta Włocławek oraz okolicznych gmin wchodzących w skład strefy funkcjonalnej Włocławka. Ze względu na charakter proponowanych zajęć i wydarzeń grupa odbiorców Centrum Kultury Browar B jest bardzo szeroka. Należą do niej właściwie wszystkie grupy powyżej osób dorosłych, a także seniorów oraz młodzieży szkolnej. Zróżnicowana oferta jest za równo odpowiednia dla kobiet jak i mężczyzn. Stąd też grupa odbiorców odzwierciedla strukturę społeczno-demograficzną całego regionu.

W strukturze społecznej grupy odbiorców nieznacznie przeważają kobiety. Jeżeli chodzi o strukturę wieku to najliczniejszą grupę stanowią osoby w przedziale 26 do 45 lat (ponad połowa), następnie w wieku 36–45 lat (27 %) oraz 26–35 (23%). Najmniej liczne grupy wiekowe to seniorzy 65+ oraz najmłodsza grupa tj. 16-25 lat.¹²

Wśród odbiorców przeważają osoby pracujące, co druga osoba ma wykształcenie wyższe.

¹² Strategia rozwoju miasta Włocławek 2030+. Włocławek 2021.

2.3 Prognozowany popyt - tło

Nowa propozycja funkcjonalna dla Centrum Kultury – przestrzeń aktywności młodzieży

W odpowiedzi na potrzeby młodych mieszkańców Włocławka w wieku 13-25 lata oraz z myślą o stworzeniu przyjaznego i inspirującego miejsca spędzania wolnego czasu, planowane jest utworzenie nowoczesnej, wielofunkcyjnej przestrzeni w Centrum Kultury Browar B. Głównym celem projektu jest integracja działań artystycznych, edukacyjnych i rekreacyjnych w atrakcyjnej i dostępnej formie. Projekt zakłada stworzenie następujących stref:

1. **Klubokawiarnia / restauracja** – miejsce spotkań i relaksu, wyposażone w niezbędny sprzęt gastronomiczny. Przestrzeń ta będzie pełnić funkcję towarzyską, artystyczną (np. koncerty akustyczne, slam poetycki) i integracyjną.
2. **Food Market** – strefa mobilnej gastronomii (np. food trucki, stoiska sezonowe), wpisująca się w miejskie trendy kultury ulicznej i oferująca młodym ludziom miejsce do wspólnego spędzania czasu przy różnorodnych smakach.
3. **Sala koncertowo-kinowa** – elastyczna przestrzeń z małą sceną, systemem nagłośnienia i oświetlenia, rozwijanym ekranem kinowym, wysokiej klasy projektorem, składanymi krzesłami i trybuną. Sala będzie posiadała możliwość podziału na mniejsze części za pomocą akustycznej, składanej ściany, co umożliwi organizację różnych wydarzeń równoległe – od koncertów, przez pokazy filmowe, po warsztaty i spotkania autorskie.
4. **Sala prób 1 i 2** – dwie niezależne, wygłuszone i akustycznie przygotowane przestrzenie do pracy twórczej. Obie sale zostaną wyposażone w odpowiednie instalacje i łącza, umożliwiające próby zespołów muzycznych, teatrów amatorskich, zajęcia wokalne i inne działania artystyczne.
5. **Pomieszczenie dydaktyczne** – funkcjonalna sala edukacyjna z tablicą, stołami, krzesłami oraz systemem do przeprowadzania telekonferencji. Przestrzeń ta będzie służyć warsztatom, zajęciom edukacyjnym, spotkaniom projektowym oraz inicjatywom młodzieżowym.
6. **Siłownia** – dostępna dla młodzieży przestrzeń do aktywności fizycznej, sprzyjająca dbaniu o zdrowie i równowagę między ciałem a umysłem.
7. **Pomieszczenia biurowe** – zaplecze administracyjne niezbędne do sprawnej organizacji i zarządzania działalnością ośrodka.
8. **Pomieszczenia dla pracowników gospodarczych** – przestrzeń techniczna i zaplecze dla obsługi codziennego funkcjonowania obiektu.
9. **Zaplecze techniczne** – infrastruktura niezbędna do obsługi wydarzeń, zarządzania sprzętem i utrzymania ciągłości działań technicznych.

Cel projektu

Stworzenie nowoczesnego i inkluzywnego miejsca, w którym młodzież będzie mogła rozwijać swoje pasje, budować relacje społeczne, uczestniczyć w kulturze i realizować własne inicjatywy w bezpiecznym i atrakcyjnym środowisku.

Oferta kulturalna w trakcie realizacji projektu

Oprócz stałej formy działalności polegającej na udostępnieniu młodzieży bezpiecznego miejsca spędzania czasu po zajęciach szkolnych, w placówce cyklicznie odbywałyby się warsztaty i zajęcia dające uczestnikom możliwość rozwoju w różnych dziedzinach, np. zajęcia muzyczne, recytatorskie, warsztaty z zakresu retoryki, „kawiarenka językowa”, która oferowałaby możliwość rozmowy z native speakerami, konsultacje z przedmiotów szkolnych zgodnie z aktualnymi potrzebami uczestników, zajęcia cyfrowe, warsztaty liderские.

Ważną przestrzenią w tym centrum powinno być miejsce wspólnego, swobodnego przebywania, wolnego od zajęć obowiązkowych.

Bardzo istotnym zadaniem w działalności tej placówki powinno być też dbanie o zdrowie psychiczne młodzieży, m.in. poprzez zapewnianie dyżurów psychologicznych, organizowanie warsztatów z zakresu radzenia sobie ze stresem itp.

Miejsce to byłoby bazą, w której młodzi ludzie otrzymywaliby wsparcie w realizacji własnych inicjatyw, tworzonych również w szkołach. Wsparcie polegałoby m.in. na szkoleniach z zakresu planowania i realizacji projektów, pozyskiwania źródeł ich finansowania, marketingu itp. Klub nawiązywałby współpracę ze szkołami i tym samym wspierał działalność młodzieży w zakresie realizacji projektów w szkołach.

Klub miałby możliwość nieodpłatnego wypożyczenia sprzętu artystyczno-technicznego.

Infrastruktura parkingowa oraz zagospodarowanie przestrzeni zielonej obok budynku.

Dobrze odbierana przez młodzież będzie niebanalna elewacja budynku zachęcająca do odwiedzin.

Działania z zakresu profesjonalizacji kadr – w trakcie realizacji projektu:

W ramach projektu realizowane będą działania miękkie mające na celu podnoszenie kompetencji kadr, których dotyczy projekt (m.in. poprzez szkolenia, warsztaty, kursy) między innymi w zakresie:

- zarządzania instytucją kultury,
- dywersyfikacji źródeł finansowania działalności w okresie trwałości projektu oraz pozyskiwania funduszy na działalność i rozwój ze źródeł pozabudżetowych,
- promocji zabytku oraz oferty kulturalnej,
- transformacji cyfrowej,
- innowacji społecznych.

Projekt zakłada również organizację warsztatów edukacyjnych podnoszących świadomość ekologiczną, skierowanych głównie do dzieci i młodzieży. Zaplanowano wydatki związane ze organizacją warsztatów edukacyjnych, konkursów wiedzy na temat ekologii oraz zakupem materiałów dydaktycznych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami/ zagrożonych wykluczeniem:

Projekt nowej przestrzeni Centrum Kultury we Włocławku zostanie zrealizowany w pełni zgodnie z zasadami uniwersalnego projektowania, zapewniając dostępność, komfort i bezpieczeństwo wszystkim użytkownikom – niezależnie od ich wieku, sprawności czy możliwości percepcyjnych.

Budowa i przebudowa obiektu będzie prowadzona zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz w oparciu o wytyczne Modelu Dostępnej Kultury, przygotowanego przez MKiDN, PFRON i partnerów międzynarodowych.

Zasady uniwersalnego projektowania zastosowane w Centrum:

- Sprawiedliwe wykorzystanie – wszystkie przestrzenie będą równie atrakcyjne i dostępne dla osób z niepełnosprawnościami oraz bez nich.
- Elastyczność użytkowania – obiekt dostosuje się do zróżnicowanych preferencji i potrzeb, umożliwiając indywidualne dostosowanie sposobu korzystania z przestrzeni.
- Prosta i intuicyjna obsługa – oznaczenia, systemy informacji i obsługi będą zrozumiałe niezależnie od poziomu wiedzy, języka czy doświadczenia użytkownika.
- Zauważalna informacja – kluczowe treści i komunikaty będą przekazywane w wielu formach: wzrokowej, dźwiękowej i dotykowej.
- Tolerancja błędów – przestrzenie zostaną zaprojektowane w sposób ograniczający ryzyko przypadkowych błędów i umożliwiający ich bezpieczne skorygowanie.
- Minimalny wysiłek fizyczny – przemieszczanie się po obiekcie będzie łatwe, płynne i niewymagające nadmiernego wysiłku.
- Odpowiednie wymiary i przestrzeń – każda strefa będzie zapewniać komfortowy dostęp osobom poruszającym się na wózkach oraz korzystającym z asystentów.

Konkretne rozwiązania dostępności w poszczególnych obszarach funkcjonowania:

Widzenie: audiodeskrypcja wydarzeń i ekspozycji, materiały dotykowe: tyflografiki, makiety, oryginalne przedmioty, oznaczenia w alfabecie Braille’a i tabliczki kontrastowe, dźwiękowe oznaczenia kluczowych przestrzeni (np. windy, toalety), w pełni dostępna, zgodna z WCAG strona internetowa.

Słyszenie: napisy dla osób niesłyszących w filmach i prezentacjach, tłumaczenia na Polski Język Migowy (PJM) – na żywo oraz w formie materiałów wideo, pętle indukcyjne (stacjonarne i przenośne) w salach widowiskowych i informacyjnych.

Poruszanie się: dwie nowoczesne windy zapewniające dostęp do wszystkich kondygnacji, utwardzone i oznakowane podjazdy, odpowiednio szerokie wejścia do budynku i sal, dostępne toalety z pełnym wyposażeniem dla osób z niepełnosprawnościami, ekrany dotykowe z funkcją obsługi głosowej i trybem kontrastu.

Rozumienie: przedprzewodniki dla osób z trudnościami poznawczymi i sensorycznymi, teksty w języku prostym oraz formacie ETR (łatwe do czytania i rozumienia), zastosowanie piktogramów i alternatywnych metod komunikacji.

Czucie / nadwrażliwość sensoryczna: wydzielone miejsca wyciszenia – zapewniające spokój i komfort osobom w spektrum autyzmu czy z nadwrażliwościami, mapy sensoryczne pomagające zaplanować obecność w obiekcie i przewidzieć potencjalne bodźce.

W ramach zaplecza sanitarnego zostanie również zaprojektowana tzw. komfortka, czyli pokój wyposażony w: stacjonarny przewijak i podnośnik przystosowany do osób dorosłych, leżankę o dużej

ności, przestrzeń do swobodnego poruszania się z opiekunem, zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem w sprawie warunków technicznych dla budynków publicznych.

Kluczowe rozwiązania w zakresie dostępności będą poprzedzone konsultacjami z przedstawicielami środowisk osób z niepełnosprawnościami, by jak najlepiej odpowiedzieć na potrzeby w zakresie widzenia, słyszenia, poruszania się, rozumienia i czucia.

Przyszli odbiorcy projektu - założenia

Zgodnie z założeniami dla modyfikacji działań Centrum Kultury Browar B - Plan B - celem projektu jest stworzenie bezpiecznego miejsca dla młodzieży w wieku od 13 do 25 roku życia, współtworzonego przez młodzież. Ma to być miejsce, w którym młodzi ludzie mogliby spotykać się, wspólnie spędzać czas, brać udział w organizowanych wydarzeniach.

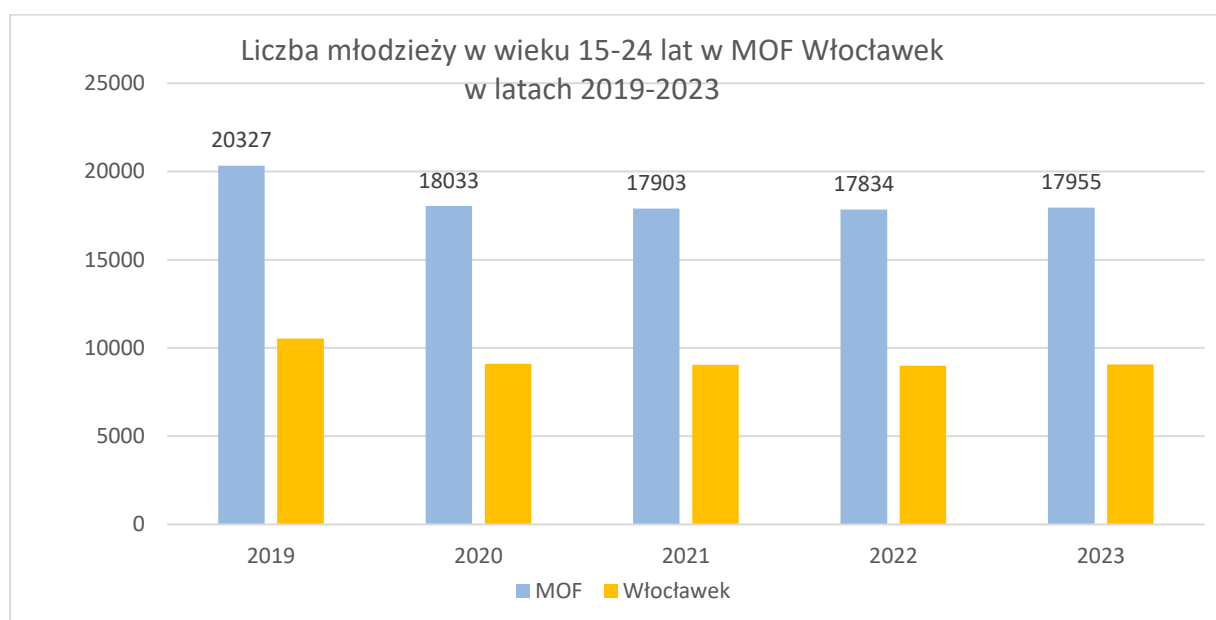
Założeniem tego miejsca będzie również umożliwienie młodzieży (poprzez organizowane kierunkowe inicjatywy) budowania swoich kompetencji społecznych, komunikacyjnych, interpersonalnych, organizacyjnych. Przestrzeń ta byłaby wolna od wszelkich agitacji politycznych, religijnych, wolna od jakichkolwiek używek – określałby to jasno sprecyzowany regulamin.

W ramach działań placówki funkcjonowałby szeroko rozumiany wolontariat.

W związku z tym, że ma to być miejsce współtworzone przez młodzież, na pewnym etapie realizacji projektu, przy powoływaniu klubu do istnienia, powinna być utworzona grupa programowa, której uczestnikami będą również przedstawiciele odbiorców tego miejsca – młodzież.¹³

Przyszłymi odbiorcami takich działań Centrum Kultury Browar B jest młodzież zamieszkująca Miejski Obszar Funkcjonalny Włocławek, a należą do niego oprócz miasta Włocławek następujące gminy: Lubanie, Fabianki, Brześć Kujawski, Lubraniec, Włocławek, Chocień, Kowal, Kowal miasto, Baruchowo, Izbica Kujawska, Boniewo, Chodecz, Lubień Kujawski.

Liczba mieszkańców w wieku 15-24 lata w MOF Włocławek wynosiła w 2023 roku 17955 osób (w tym 9062 osoby mieszkające w mieście Włocławek) i ta liczba stanowi grupę odbiorców dla nowych planowanych działań w CK Browar B.



opracowanie własne na podstawie danych GUS

¹³ Koncepcja projektu otrzymana z Centrum Kultury Browar B pod nazwą „Plan B”

Z badań ankietowych zrealizowanych w 2021 roku, w ramach przygotowań do strategii rozwoju „Włocławek 2030+” wynika, że 22,6% mieszkańców uznało, że oferta dla dzieci i młodzieży znajduje się na niskim poziomie, a oferta kulturalna była oceniona jako negatywna przez 39% osób, a 43% określiło ją jako przeciętną.

Analiza wyników wskazuje także na niedostateczną liczbę wydarzeń kulturalno-rozrywkowych organizowanych w mieście. Aż 46% respondentów uznało ten aspekt za zły lub bardzo zły, 35,3% oceniło go jako przeciętny, natomiast tylko 16,2% wyraziło zadowolenie.¹⁴

Działanie	Oceny negatywne	Oceny przeciętne
Oferta dla dzieci i młodzieży	39%	36%
Oferta kulturalna	39%	43%
Liczba wydarzeń kulturalno-rozrywkowych	46%	35%

opracowanie własne na podstawie raportu z badań ankietowych dla Strategii rozwoju miasta Włocławek 2030+

Jak wynika z badań IBRiS wykonanych na zlecenie Santander Consumer Banku w roku 2022 ponad 70 proc. rodziców planuje posłać dzieci na płatne zajęcia pozalekcyjne. Najwięcej rodziców, którzy są gotowi opłacić dodatkowe zajęcia, znajduje się w grupie osób poniżej 30. roku życia (82 proc.) i wśród osób z wykształceniem wyższym (87 proc.).

Rodzice chcą wysyłać dzieci na płatne zajęcia niezależnie od wysokości dochodów. W grupie osób o najmniejszym wynagrodzeniu (do 1999 zł netto) zamierza to zrobić 53 proc. rodziców. Tylko 22 proc. ankietowanych planuje wysłać dzieci na nieodpłatne zajęcia. Najwięcej w grupie wiekowej trzydziestolatków (30 proc.), z dużych miast powyżej 250 tys. mieszkańców i z dochodem od 2000 do 2999 zł netto - kolejno 31 i 31 proc.

Najwięcej rodziców (61 proc.) zamierza posłać dziecko na zajęcia sportowe. Co drugi ankietowany wskazał kurs języka angielskiego (48 proc.), a na kolejnym miejscu korepetycje z przedmiotów będących w programie szkolnym (24 proc.). Chęć wysłania dziecka na zajęcia z programowania zadeklarowało 6 proc. osób. Tylko 15 proc. respondentów zadeklarowało, że ich dziecko nie będzie uczestniczyć w żadnych zajęciach pozalekcyjnych.¹⁵

Działanie	Procent odpowiedzi	Istotność dla działania Centrum Kultury
Rodzice planujący posłać dzieci na zajęcia sportowe	61%	Nie
Kurs języka angielskiego	48%	Tak
korepetycje z przedmiotów będących w programie szkolnym	24%	Tak
zajęcia z programowania	6%	Tak

opracowanie własne na podstawie badań IBRiS wykonanych na zlecenie Santander Consumer Banku w roku 2022

¹⁴ Raport z badań ankietowych 2021 do Strategii Rozwoju Miasta Włocławek 2030+

¹⁵ Raport z badań zamieszczony na stronie <https://www.santanderconsumer.pl/blog/blisko-ciebie/edukacja-pod-znakiem-inflacji-zajecia-pozalekcyjne>

Proponujemy jako wskaźnik określający przyszły popyt wybrać trzy wskazywane przez rodziców obszary, które są istotne z punktu widzenia działalności Centrum Kultury, a w których chcą, aby ich dzieci brały udział, tj. kursy języka angielskiego, korepetycje oraz zajęcia z programowania – średni procent wskazań na te działania wynosi 26%.

Szacowanie przyszłego popytu na produkt

Zmieniająca się struktura demograficzna Włocławka wyraźnie wskazuje na malejącą liczbę młodych mieszkańców, co ma istotne znaczenie dla planowania i kształtowania oferty instytucji kultury w mieście. Spadek liczby dzieci i młodzieży obserwowany w latach 1998–2019 – szczególnie w grupach wiekowych 0–6 lat (o 3 001 osób), 7–15 lat (o 7 112 osób) oraz 16–19 lat (o 2 545 osób) – pokazuje długofalowy trend demograficzny, który wpływa na potencjalny popyt tej grupy na usługi kulturalne.

Równocześnie Włocławek zmagają się z problemem odpływu młodych dorosłych. Wskaźnik Floridy – odzwierciedlający udział osób w wieku 25–34 lat na 1000 mieszkańców – od lat utrzymuje się poniżej średniej dla miast porównywalnych. W 2019 r. wynosił on zaledwie 126,84 i od 2008 roku wykazywał tendencję spadkową. Słabnący potencjał kreatywny miasta i jego niska pozycja w rankingach atrakcyjności dla młodych ludzi (np. 44. miejsce na 66 w rankingu Europolis „Miasta dla młodych” w 2019 r.) sygnalizują potrzebę intensyfikacji działań kulturalnych skierowanych właśnie do tej grupy wiekowej.

Dodatkowo, negatywne trendy demograficzne – w tym ujemny przyrost naturalny i rosnąca liczba zgonów – stawiają przed miastem wyzwanie nie tylko zatrzymania młodzieży, ale i uczynienia Włocławka miejscem atrakcyjnym do życia, nauki i rozwijania pasji. Instytucje kultury, w tym centra kultury, mogą odegrać w tym procesie kluczową rolę, oferując przestrzeń do twórczej aktywności, integracji i samorealizacji.

Wobec powyższych uwarunkowań, przeprowadzenie analizy popytu młodzieży na usługi centrum kultury we Włocławku jest niezbędne. Pozwoli ona na określenie oczekiwań i potrzeb tej grupy wiekowej oraz dostosowanie oferty programowej do ich stylu życia, zainteresowań i aspiracji. Dobrze zaprojektowana oferta może stać się narzędziem aktywizacji młodzieży i przeciwdziałać procesom migracyjnym, które osłabiają potencjał rozwojowy miasta.¹⁶

a) określenie przyszłego zainteresowania produktami czy usługami oferowanymi dzięki realizacji projektu,

Z przeprowadzonych badań wynika, że oferta Centrum Kultury Browar B cieszy się dużym zainteresowaniem wśród mieszkańców Włocławka. Aż 89,4% osób, które odwiedziły instytucję, uczestniczyło w wydarzeniach kulturalnych, a co piąty mieszkaniec brał udział w warsztatach, kursach

¹⁶ Diagnoza sytuacji społecznej, gospodarczej i przestrzennej miasta Włocławek. Włocławek 2021.

lub innych zajęciach edukacyjno-artystycznych. Świadczy to o wysokim poziomie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność kulturalną Centrum.

Centrum Kultury Browar B postrzegane jest przez większość badanych (71,2%) jako ważna instytucja oferująca wartościowe usługi mieszkańcom miasta, szczególnie przez dorosłych respondentów. Jednocześnie badania wskazują na zapotrzebowanie – zwłaszcza wśród młodzieży – na poszerzenie oferty o nowe formy aktywności, w tym działania integracyjne, warsztaty rozwoju osobistego, zajęcia artystyczne oraz wydarzenia organizowane przez samych młodych ludzi.

W odpowiedzi na te potrzeby powstała koncepcja utworzenia Klubu Młodych „Plan B” – przestrzeni przeznaczonej dla osób w wieku 13–25 lat, której celem jest rozwijanie pasji, kompetencji i budowanie relacji. Pomysł ten spotkał się z bardzo pozytywnym odbiorem – 93,5% respondentów uznało go za trafiony, a 84,5% jest przekonanych, że młodzież będzie zainteresowana jego ofertą.

Najbardziej atrakcyjne elementy nowej oferty to:

- możliwość kontaktu z profesjonalną kadrą (instruktorzy, psychologowie, pedagodzy),
- zajęcia rozwijające w różnych dziedzinach (muzyka, języki, wystąpienia publiczne),
- spędzanie czasu w bezpiecznym i twórczym środowisku,
- dostęp do w pełni wyposażonej siłowni.

Te cztery komponenty są potencjalnie najbardziej skuteczne w przyciąganiu zarówno dotychczasowych, jak i nowych uczestników działań instytucji. Według szacunków, ich wdrożenie może przełożyć się na wzrost zainteresowania ofertą Centrum Kultury Browar B o średnio 3,95%.

Realizacja projektu nie tylko wzbogaciła ofertę instytucji, ale również zwiększyła jej rozpoznawalność i wzmocniła pozycję jako ważnego centrum kulturalno-edukacyjnego w regionie. Zainteresowanie ze strony różnych grup wiekowych dowodzi, że kierunek rozwoju jest zgodny z oczekiwaniami i potrzebami mieszkańców.

b) określenie przyszłych odbiorców projektu (beneficjentów końcowych projektu),

Główną grupą odbiorców nowej oferty stworzonej w ramach projektu – w szczególności Klubu Młodych „Plan B” – będą osoby w wieku 13–25 lat, czyli młodzież szkolna, uczniowie szkół średnich, studenci oraz młodzi dorośli stawiający pierwsze kroki na rynku pracy. Jest to grupa dynamiczna, poszukująca przestrzeni do rozwoju pasji, zdobywania nowych umiejętności oraz nawiązywania relacji społecznych.

Charakterystyczne cechy przyszłych odbiorców:

- Młodzi ludzie zamieszkujący Włocławek i okolice, z ograniczonym dostępem do wysokiej jakości oferty kulturalno-edukacyjnej odpowiadającej ich potrzebom.
- Osoby zainteresowane aktywnościami artystycznymi, edukacyjnymi i społecznymi, takimi jak warsztaty, zajęcia twórcze, działania integracyjne czy wydarzenia organizowane oddolnie.
- Młodzież poszukująca alternatywnych form spędzania wolnego czasu, bezpiecznych przestrzeni do rozmowy, odpoczynku i rozwoju osobistego.
- Osoby otwarte na kontakt z profesjonalistami i mentorami (instruktorzy, pedagodzy, psychologowie), którzy wspierają ich rozwój i inspirują do działania.

Część odbiorców może być również narażona na wykluczenie społeczne lub deficyt kontaktów międzyludzkich, dlatego ważnym aspektem oferty będzie jej integracyjny i wspierający charakter.

Dzięki elastycznemu i nowoczesnemu podejściu, projekt zakłada również aktywne włączanie młodych odbiorców w tworzenie i współorganizowanie działań – co pozwoli lepiej dopasować ofertę do ich potrzeb, a jednocześnie wzmocni ich poczucie sprawczości i przynależności.

- Długofalowo, projekt może również przyciągać nowe grupy odbiorców, takie jak:
- rodzice i opiekunowie młodzieży,
- nauczyciele i edukatorzy,
- lokalne organizacje młodzieżowe i społeczne,
- partnerzy branżowi zainteresowani współpracą z aktywną i zaangażowaną młodzieżą.

c) określenie potrzeb kulturalnych i edukacyjnych odbiorców projektu.

Wyniki badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Włocławka wyraźnie pokazują, że młode osoby odczuwają niedobór oferty kulturalno-edukacyjnej dopasowanej do ich potrzeb. Najczęściej wskazywane braki obejmują zarówno potrzebę integracji i budowania relacji społecznych, jak i rozwój osobisty i twórczy.

Do najważniejszych potrzeb młodzieży należą:

1. Przestrzeń integracyjna i miejsce do spędzania wolnego czasu

- Młodzi ludzie potrzebują otwartej, przyjaznej przestrzeni, w której mogliby się spotykać, rozmawiać, odpoczywać i budować relacje rówieśnicze.
- Oczekują miejsca o nieformalnym charakterze – np. kawiarenki młodzieżowej, strefy relaksu – w którym czują się swobodnie i bezpiecznie.

2. Zajęcia z zakresu rozwoju osobistego

- Szczególnie poszukiwane są warsztaty z zakresu psychologii, komunikacji, występów publicznych czy zarządzania emocjami – odpowiadające na realne wyzwania młodych ludzi w dzisiejszym świecie.
- Tego typu działania wspierają budowanie pewności siebie, kompetencji miękkich i lepszego przygotowania do dorosłości.

3. Warsztaty artystyczne i kreatywne formy ekspresji

- Młodzież wykazuje silne zainteresowanie zajęciami rozwijającymi ich pasje artystyczne – takimi jak muzyka, plastyka, film, teatr czy fotografia.
- Istnieje potrzeba zapewnienia dostępu do profesjonalnych narzędzi, instruktorów i przestrzeni umożliwiających twórcze działanie.

4. Możliwość organizowania własnych wydarzeń kulturalnych

- Istotnym oczekiwaniem jest aktywne włączanie młodzieży w tworzenie oferty kulturalnej – np. poprzez wspólne planowanie i realizację koncertów, spektakli, wystaw czy przeglądów filmowych.
- Taka forma zaangażowania wzmacnia poczucie sprawczości i daje młodym ludziom realny wpływ na życie kulturalne miasta.

Z perspektywy badanych dorosłych, dodatkowo zauważalna jest potrzeba zapewnienia młodym osobom **dostępu do wartościowych wydarzeń artystycznych** – koncertów, spektakli i wystaw – jako formy kontaktu z kulturą wysoką i rozwijania wrażliwości estetycznej.

Projekt odpowiada więc na realne, zidentyfikowane potrzeby młodych mieszkańców Włocławka, tworząc warunki do integracji, rozwoju, samorealizacji i aktywnego uczestnictwa w kulturze. W dłuższej perspektywie może to przyczynić się do większego zaangażowania młodzieży w życie społeczne i kulturalne miasta oraz przeciwdziałać jej wykluczeniu.

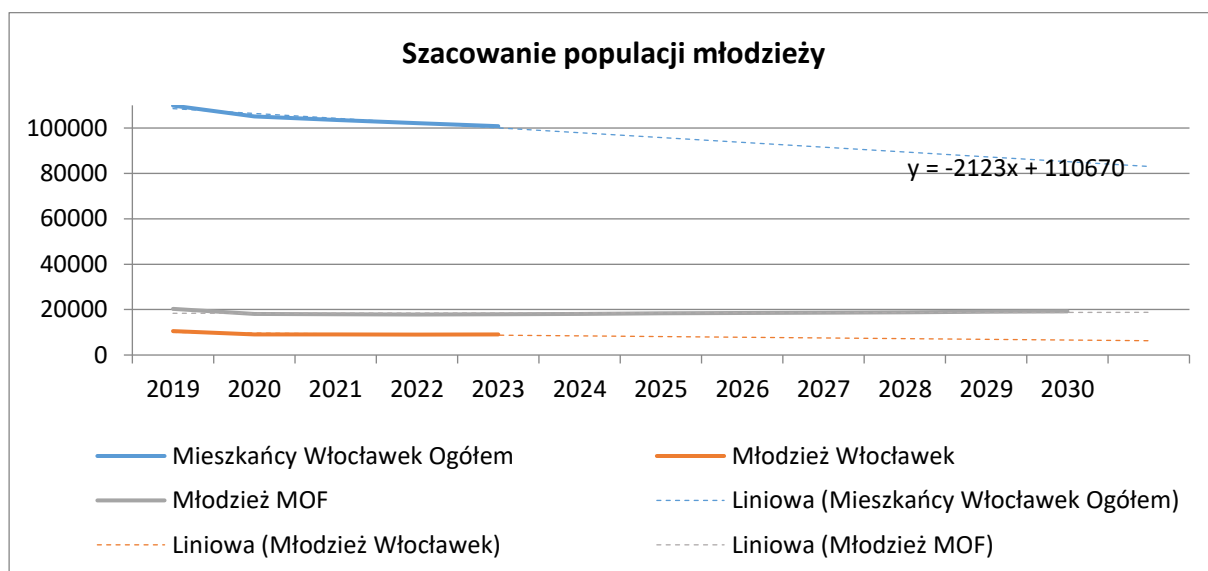
d) Szacowanie popytu

W czasie ostatnich pięciu lat średni wzrost liczby mieszkańców Włocławka wynosił 98% natomiast liczby młodzieży w wieku 15-24 lata to 97%. Jednak w okresie 2022 do 2023, zgodnie z danymi GUS, zanotowano przyrost liczby młodzieży w regionie MOF Włocławek wynoszący 101%. Stąd też można podejrzewać, że według szacunkowych danych liczba osób w tym wieku w najbliższych latach będzie nadal rosła. W roku 2030 liczba młodzieży w wieku 15-24 lata przekroczyć powinna 19 tys. osób.

Liczba mieszkańców Włocławka oraz MOF Włocławek

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Mieszkańcy ogółem	109883	105180	103535	102102	100807	98791	96815	94879	92981	91122	89299	87513
Młodzież Włocławek	10 535	9 104	9 052	8995	9062	9153	9244	9337	9430	9524	9619	9716
Młodzież MOF	20 327	18 033	17 903	17834	17955	18135	18316	18499	18684	18871	19060	19250

*Opracowanie własne na podstawie średniego przyrostu naturalnego w latach 2019-2023: Przemysław Budziło, Dariusz Socół, Biuro Badań Społecznych Obserwator



Opracowanie własne na podstawie średniego przyrostu ludności w latach 2019-2023: Przemysław Budziło, Dariusz Socół, Biuro Badań Społecznych Obserwator

- 48% rodziców zamierza wysłać swoje dzieci na kurs języka angielskiego
- 24% rodziców skorzystałoby z korepetycji z przedmiotów szkolnych
- 6% wysłałoby swoje dzieci na kurs programowania komputerowego

jednocześnie

- Oferta dla dzieci i młodzieży we Włocławku postrzegana jest jako niewystarczająca przez 39% mieszkańców
- Oferta kulturalna jest niewystarczająca dla podobnej grupy osób (39%)
- Liczba wydarzeń kulturalno-rozrywkowych jest niewystarczająca zdaniem 46%

W celu oszacowania przyszłego popytu posłużyliśmy się danymi GUS dotyczącymi liczby ludności, a także ukazujące prognozy na lata 2025 do 2035 oraz z badań własnych wykonanych w maju 2025 roku (szczegóły tych badań opisane są w rozdziale nr 3 niniejszego opracowania).

Z badań społecznych cytowanych wcześniej, uwzględniliśmy dane odnoszące się do chęci uczestniczenia w dodatkowych pozalekcyjnych zajęciach, a także odnoszące się do opinii o bieżącej ofercie edukacyjnej i kulturalnej we Włocławku.¹⁷

W naszych szacowaniach przyjęliśmy, że w roku 2025 we Włocławku mieszkało 9244 osób w wieku 15-24 lata, a w strefie MOF 18316 takich osób.

Zaproponowaliśmy wcześniej, że wskaźnik określający przyszły popyt jest związany z trzema obszarami istotnymi z punktu widzenia działalności Centrum Kultury, a w których rodzice dzieci wyrażają chęć udziału tj. kursy języka angielskiego, korepetycje oraz zajęcia z programowania – średni procent wskazań na te działania wynosi 26%.

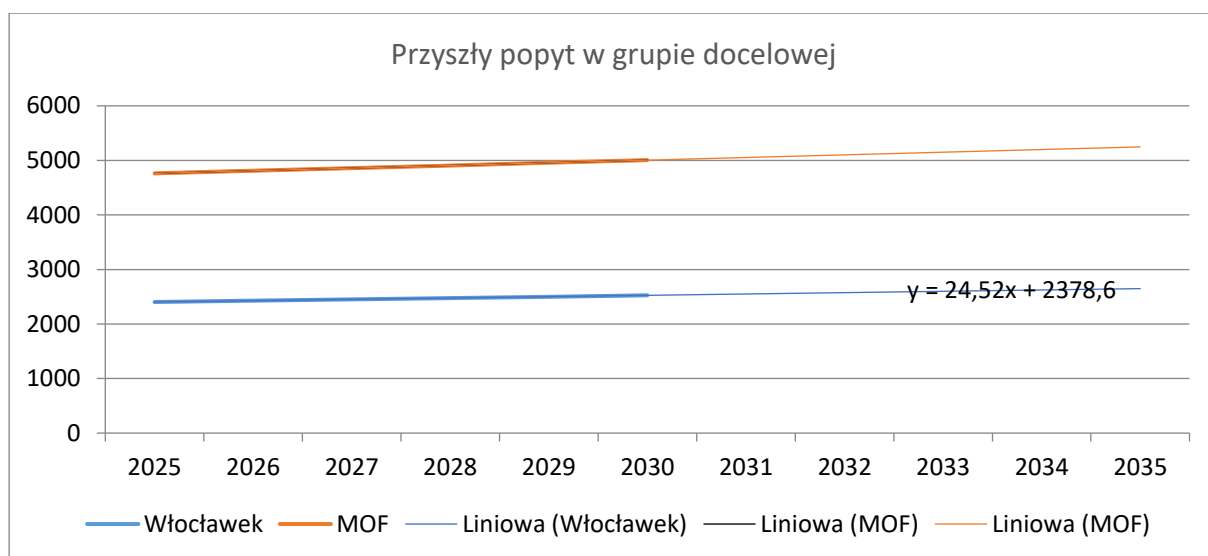
Połączenie tych wyników umożliwiło przedstawienie poszczególnych liczb dla oszacowania przyszłego popytu.

Przyszły popyt na ofertę Centrum Kultury Plan B:

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Młodzież Włocławek	2403	2428	2452	2476	2501	2526
Młodzież MOF	4762	4810	4858	4906	4955	5005

Opracowanie własne na podstawie średniego przyrostu ludności w latach 2019-2023: Przemysław Budziło, Dariusz Socół, Biuro Badań Społecznych Obserwator

¹⁷ Raport po przeprowadzeniu anonimowej ankiety na temat potrzeb młodzieży w zakresie oferty kulturalno-rozrywkowej. Włocławek 2022.



Opracowanie własne na podstawie średniego przyrostu turystów w latach 2019-2023: Przemysław Budziło, Dariusz Socół, Biuro Badań Społecznych Obserwator

W szacowaniu przyszłego popytu należy również wziąć pod uwagę dodatkowe działania, jakie mają zamiar podjąć zarządzający Centrum Kultury Browar B.

Badani mieszkańcy zostali zapytani o ocenę atrakcyjności tych działań - na ich deklaracjach opierają się poniższe oszacowania, w których uwzględniono również odsetek osób odwiedzających Centrum Kultury.

Badani dla których poszczególne działania są atrakcyjne i zachęcają do odwiedzenia Centrum Kultury Browar B		Wiek			Wzrost w stosunku do odwiedzających Centrum Kultury Browar B	
		Do 25 roku	26 lat i więcej	Ogółem		
		%	%	%	pkt %	Stopień wzrostu popytu
Możliwość kontaktu z profesjonalną kadrą – instruktorów, animatorów, psychologów, pedagogów	Zachęca	83,3%	94,7%	93,5%	5,5%	6,25%
Spędzanie wolnego czasu w bezpiecznym, rozwijającym młodych ludzi miejscu	Zachęca	83,3%	90,4%	89,7%	1,7%	1,9%
Zajęcia dające uczestnikom możliwość rozwoju w różnych dziedzinach, np. muzyczne, recytatorskie, językowe	Zachęca	91,7%	87%	87,5%	2,7%	3%
W pełni wyposażona siłownia	Zachęca	91,7%	81,3%	82,3%	2,7%	3%

Przyszły popyt na produkt Centrum Kultury Browar B wzbogacony o Klub Młodych Plan B

	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Mieszkańcy ogółem	113053	117 519	122 161	126 986	132 002	137 216	142 636
Młodzież do 25 roku życia	11 192	11 634	12 094	12 572	13 068	13 584	14 121
Osoby w wieku 26 lat i więcej	101 861	105 884	110 067	114 414	118 934	123 632	128 515

Opracowanie własne na podstawie średniego przyrostu odbiorców zgodnie z deklaracjami o atrakcyjności działań. Przemysław Budziło, Dariusz Socata, Biuro Badań Społecznych Obserwator

3. Badanie mieszkańców Włocławka

Cele badania

- Zbadanie odsetka osób, które odwiedziły Centrum Kultury Browar B.
- Oszacowanie zainteresowania poszczególnymi działaniami proponowanymi przez Centrum Kultury Browar B
- Zbadanie struktury społeczno-demograficznej odbiorców tych działań.

Metoda

- Badania wykonano metodą wywiadów telefonicznych (CATI) oraz za pomocą ankiety online (CAWI), przy wykorzystaniu oprogramowania Surneo.pl.
- Średni czas trwania jednego wywiadu: 7 minut.

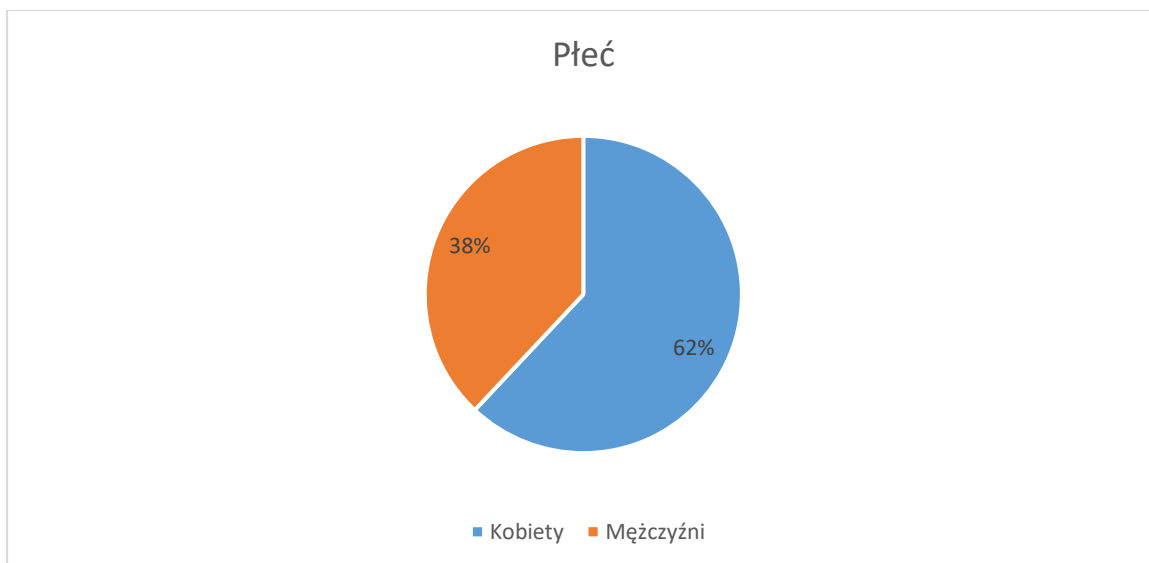
Próba

- Respondentami byli mieszkańcy miasta Włocławek.
- Ogółem zrealizowano 300 wywiadów.

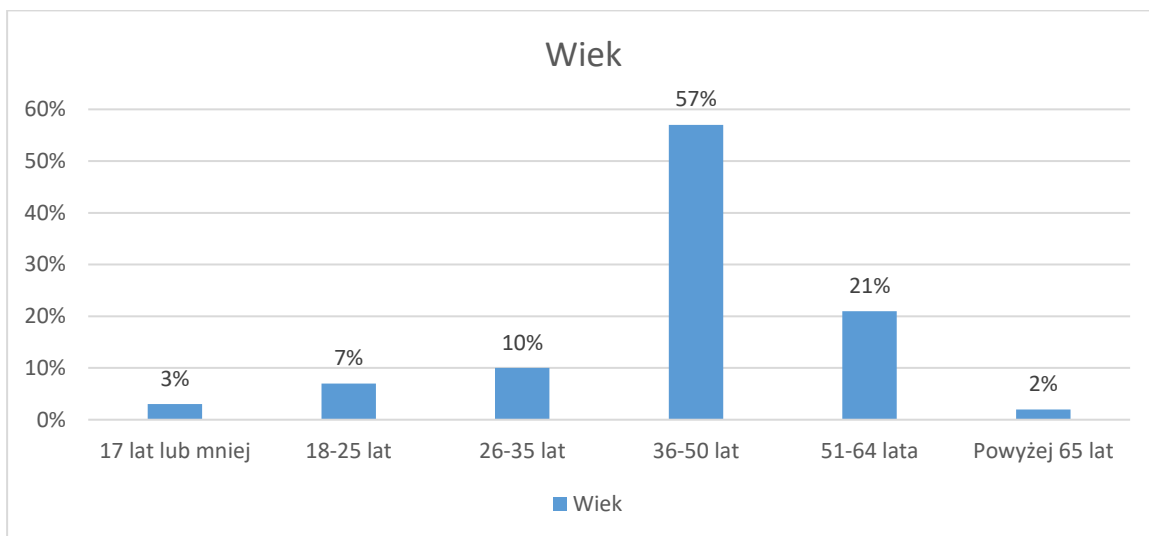
Badania przeprowadzono w dniach 16-25 maja 2025 roku.

Wyniki badania

Wśród badanych przeważają kobiety (62%), a mężczyźni stanowią 38% ankietowanych.



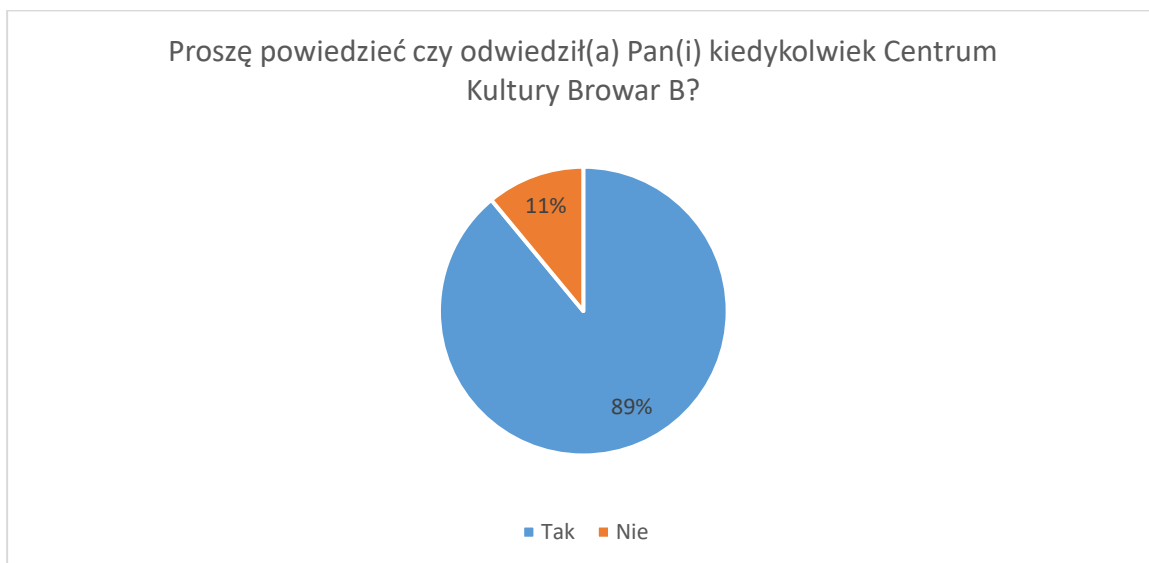
Ponad połowa badanych jest w wieku 36-50 lat (57%), a co piąty w wieku 51-64 lat (21%). Młodzież w wieku do 25 roku życia stanowi 10% ankietowanych.



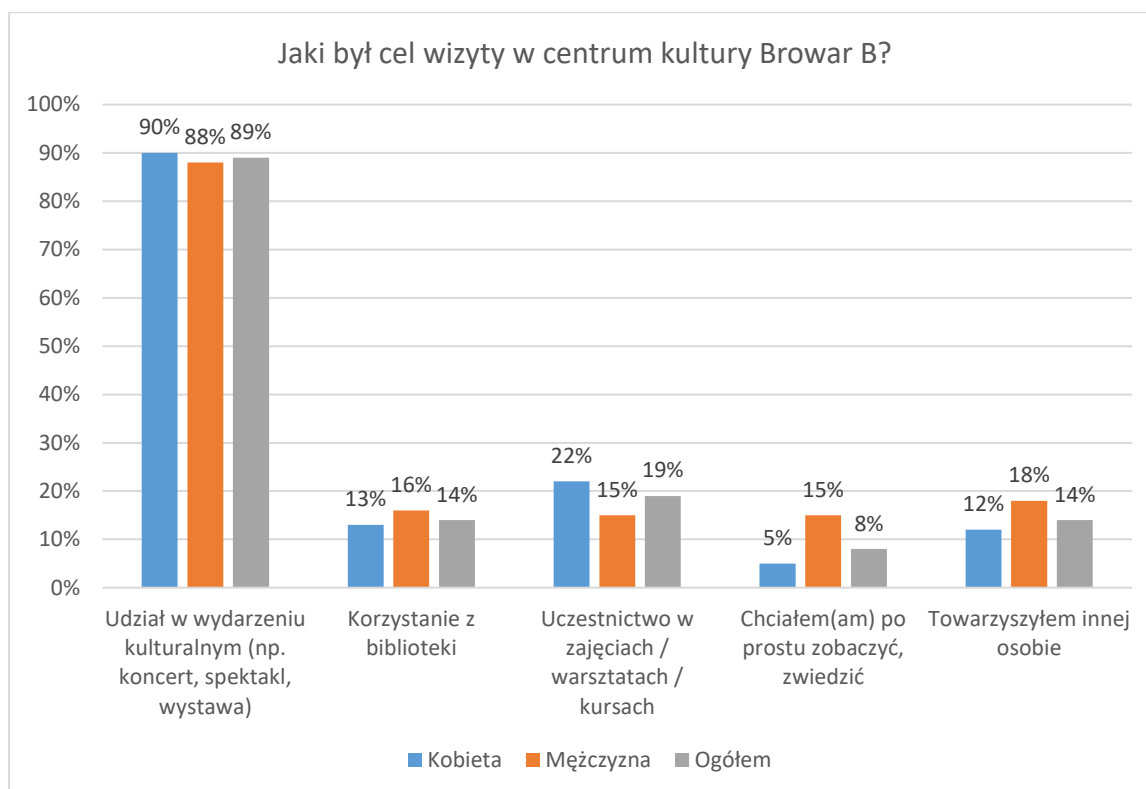
W ponad połowie gospodarstw domowych są osoby w wieku 13-25 lat, czyli potencjalni beneficjenci projektu Klub Młodych Plan B.



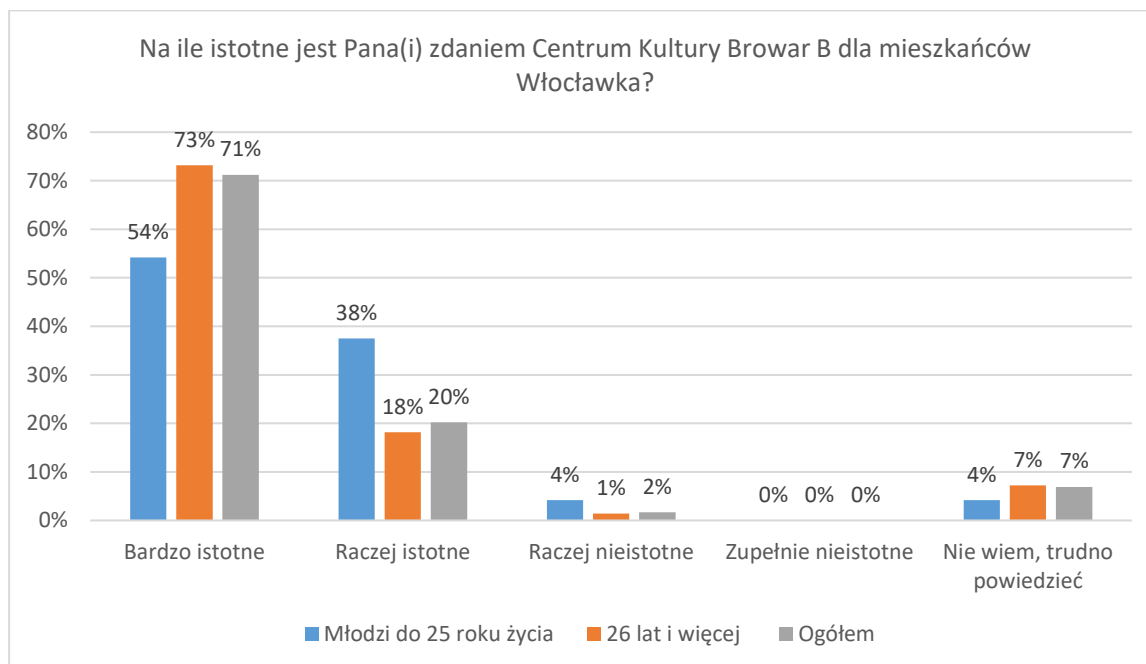
Zdecydowana większość badanych mieszkańców Włocławka (89%) odwiedziła już Centrum Kultury Browar B.



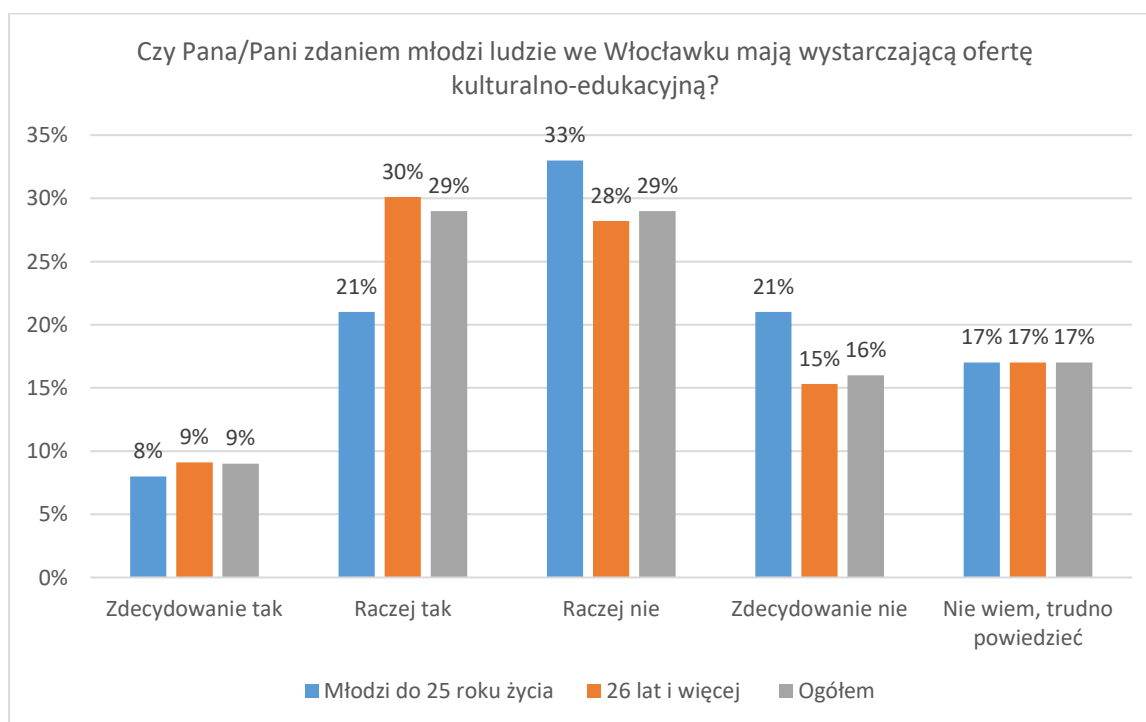
Zdecydowana większość badanych (89%), którzy już odwiedzili Centrum Kultury Browar B brała udział w wydarzeniach kulturalnych, co piąty w warsztatach, kursach lub innych zajęciach.



Z przeprowadzonych badań wynika, że dla większości badanych (71%) Centrum Kultury Browar B jest bardzo istotną instytucją oferującą swoje usługi mieszkańcom, a dla 20% raczej istotną (łącznie – 91% badanych). Opinię tę podzielają nieco częściej dorośli niż młodzież.

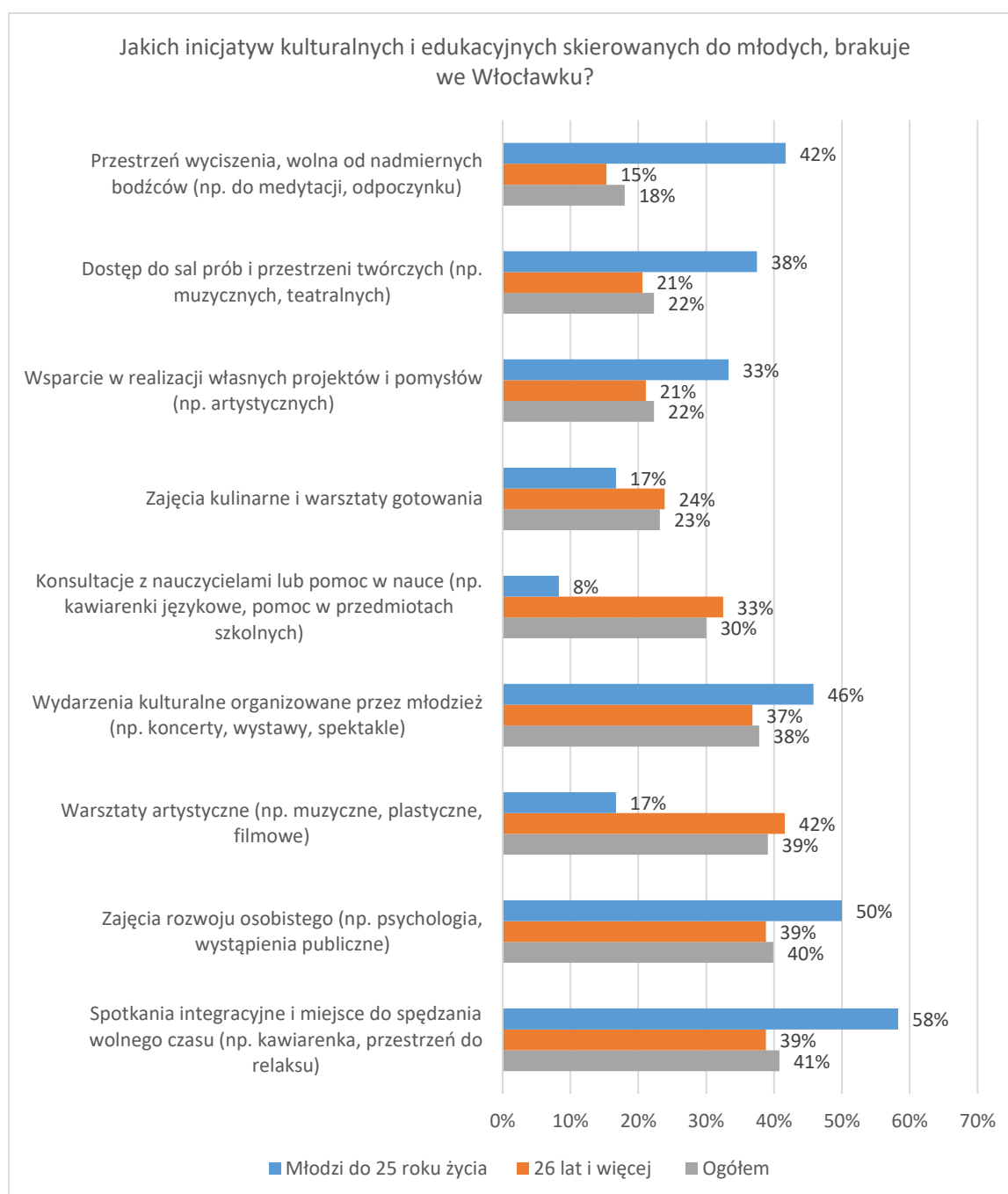


Opinie na temat oferty kulturalnej i edukacyjnej we Włocławku w przypadku młodych są podzielone. Część uważa, że jest ona wystarczająca (38%) a nieco większy odsetek, że nie jest (45%). Częściej młodzi niż osoby w wieku powyżej 26 lat podzielają opinię, że oferta ta nie jest wystarczająca.

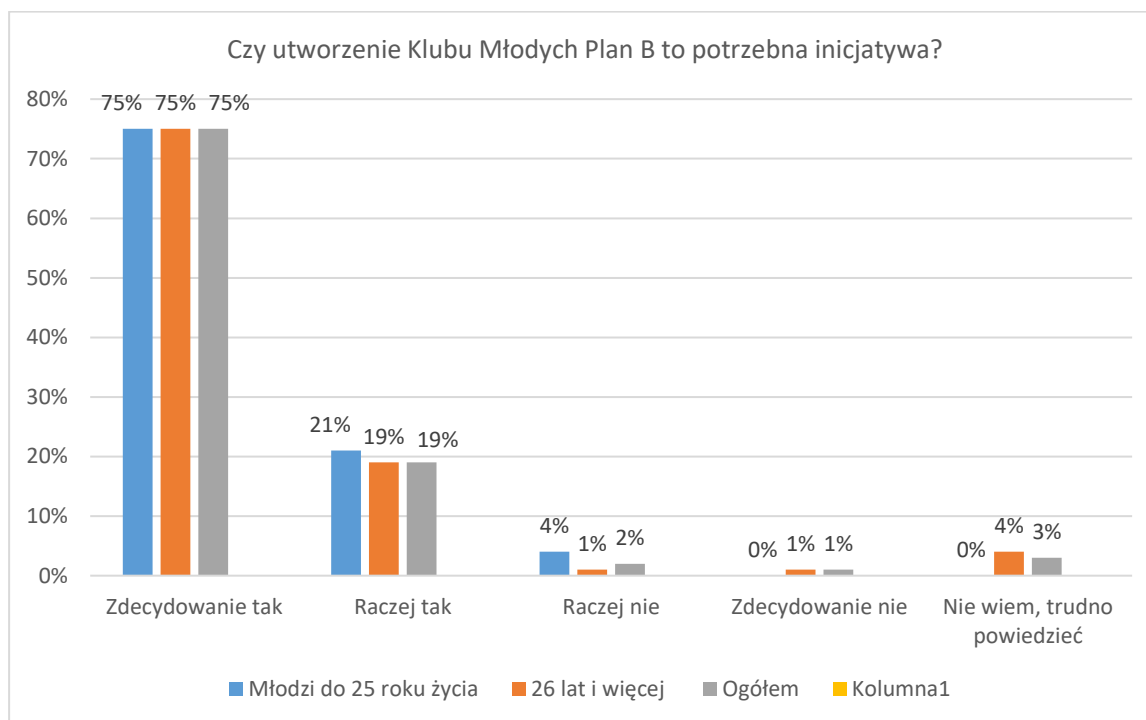


Zdaniem badanych mieszkańców Włocławka młodym osobom najbardziej brakuje w mieście takich inicjatyw kulturalnych i edukacyjnych jak: spotkania integracyjne i miejsce do spędzania wolnego czasu (41%), zajęcia rozwoju osobistego (np. psychologia, wystąpienia publiczne) (40%), warsztaty artystyczne (np. muzyczne, plastyczne, filmowe) (39%) oraz wydarzenia kulturalne organizowane przez młodzież (np. koncerty, wystawy, spektakle) (38%).

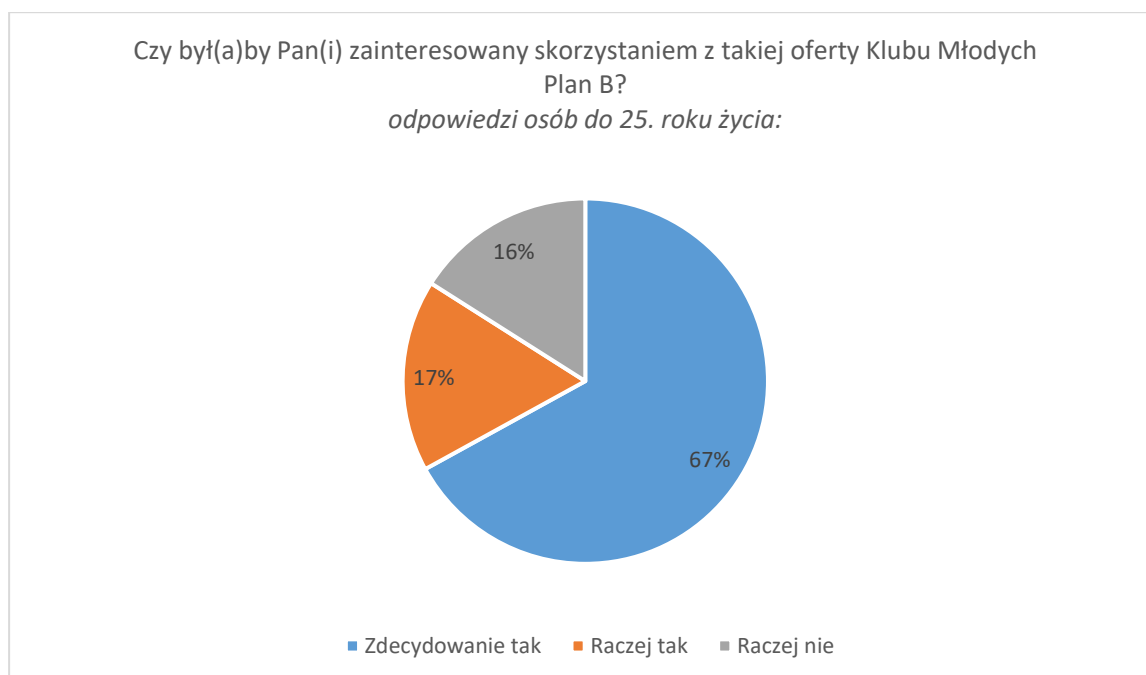
Wśród młodych szczególnym zainteresowaniem cieszą się spotkania integracyjne, zajęcia rozwoju osobistego oraz wydarzenia kulturalne organizowane przez samą młodzież. Starsi badani częściej niż młodzi wskazują, że dla młodych są ważne wydarzenia artystyczne.



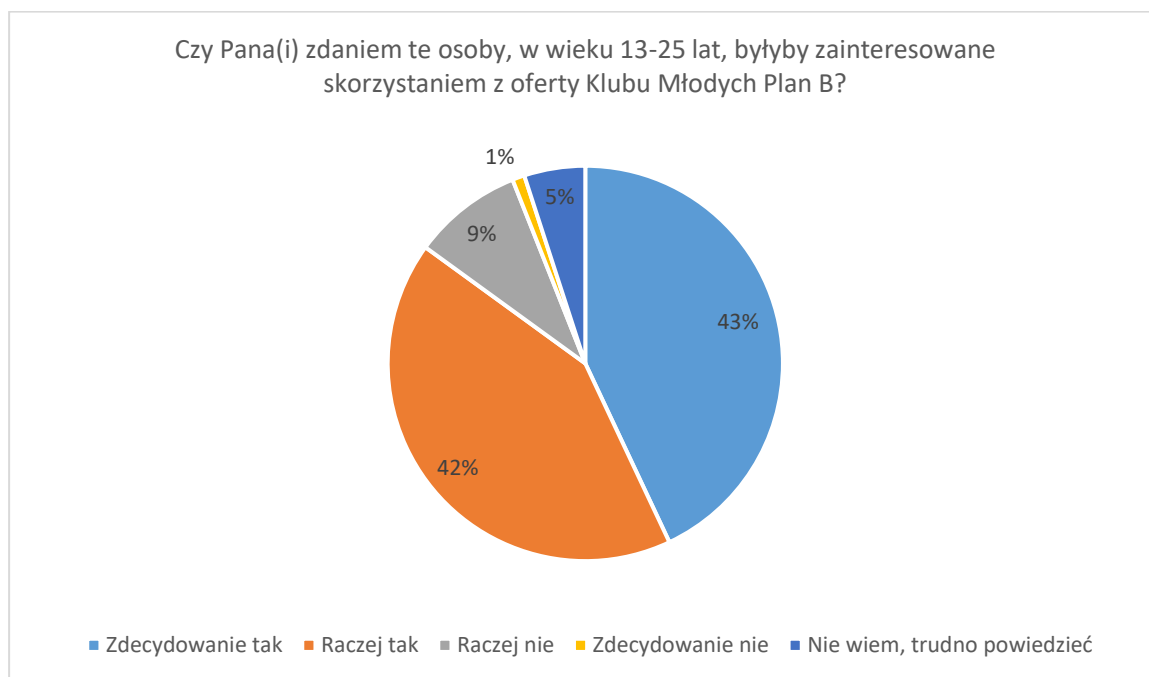
Zdecydowana większość badanych uważa, że planowane utworzenie Klubu Młodych „Plan B” – bezpiecznej przestrzeni dla osób w wieku 13–25 lat, które ma służyć spotkaniom, rozwijaniu pasji i zdobywaniu kompetencji – m.in. poprzez zajęcia muzyczne i warsztaty to dobry pomysł (94% - łączne odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”).



Zdecydowana większość badanej młodzieży mieszkającej we Włocławku jest zainteresowana skorzystaniem z takiej nowej oferty Klub Młodych Plan B (84% - łączne odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”).



Zdecydowana większość badanych (85%), którzy posiadają w swoim gospodarstwie domowym dzieci i młodzież jest przekonanych, że będą oni zainteresowani skorzystaniem z oferty Klubu Młodych Plan B. Jest to o tyle istotne, że w badanej populacji ponad 60% deklaruowało, że w ich gospodarstwie domowym są osoby w wieku 13-25 lat.



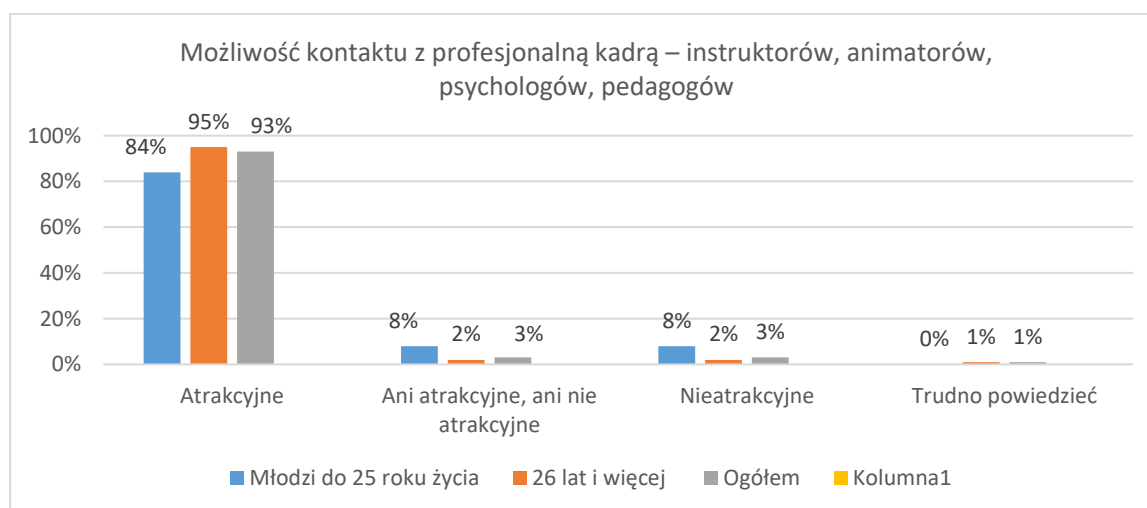
Poniżej prezentujemy szczegółowe zestawienie odpowiedzi dla poszczególnych działań.

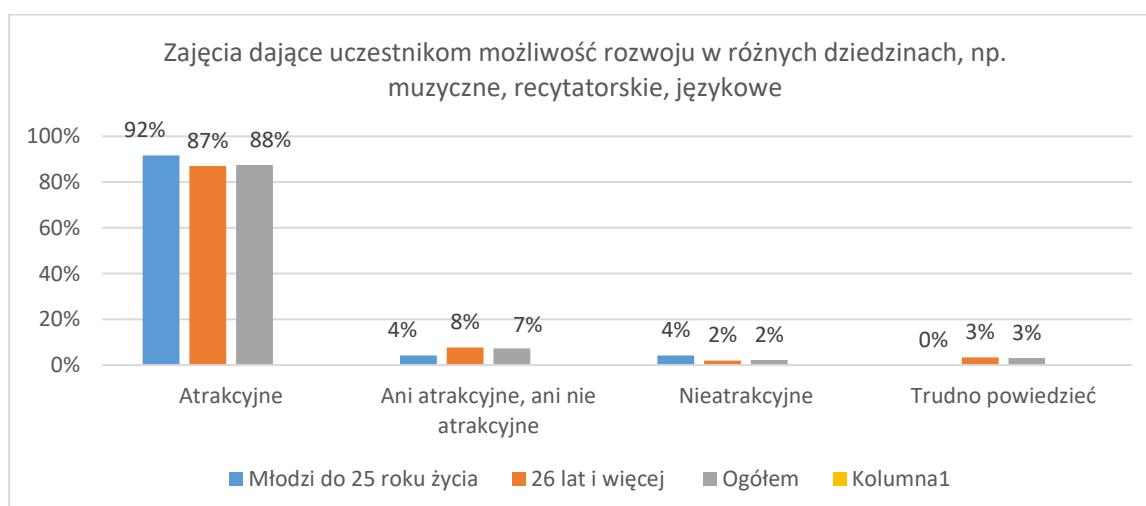
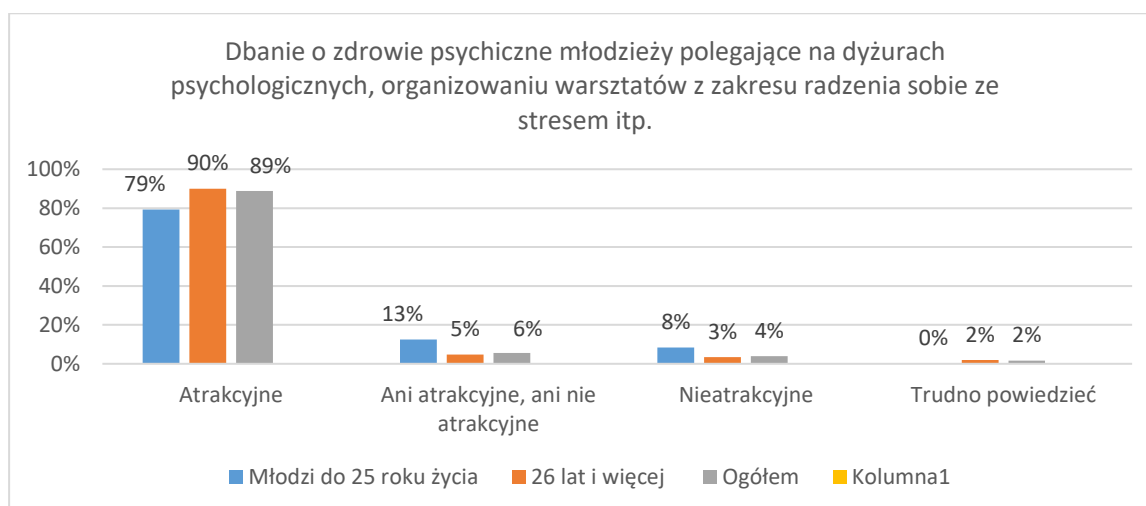
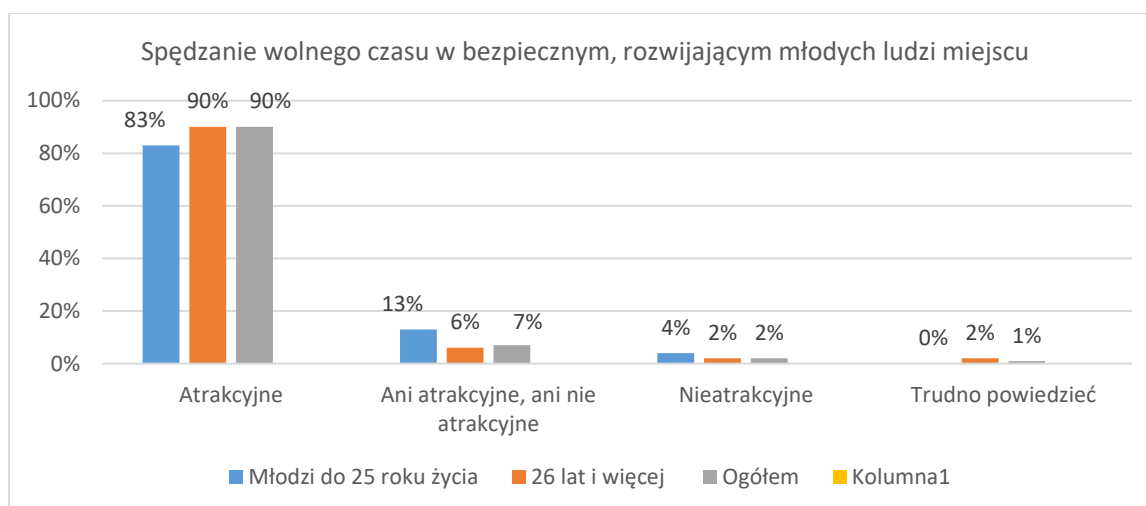
Najbardziej badanych zachęca możliwość kontaktu z profesjonalną kadrą – instruktorów, animatorów, psychologów, pedagogów. Ta propozycja oferty Centrum Kultury jest atrakcyjna prawie dla wszystkich badanych (93%) jednak w grupie tej części znajdują się osoby powyżej 26 roku życia niż młodzi. Analizując odpowiedzi młodych osób do 25. roku życia, to za najbardziej atrakcyjne propozycje uznali: zajęcia dające uczestnikom możliwość rozwoju w różnych dziedzinach (92%) oraz w pełni wyposażona siłownia (92%).

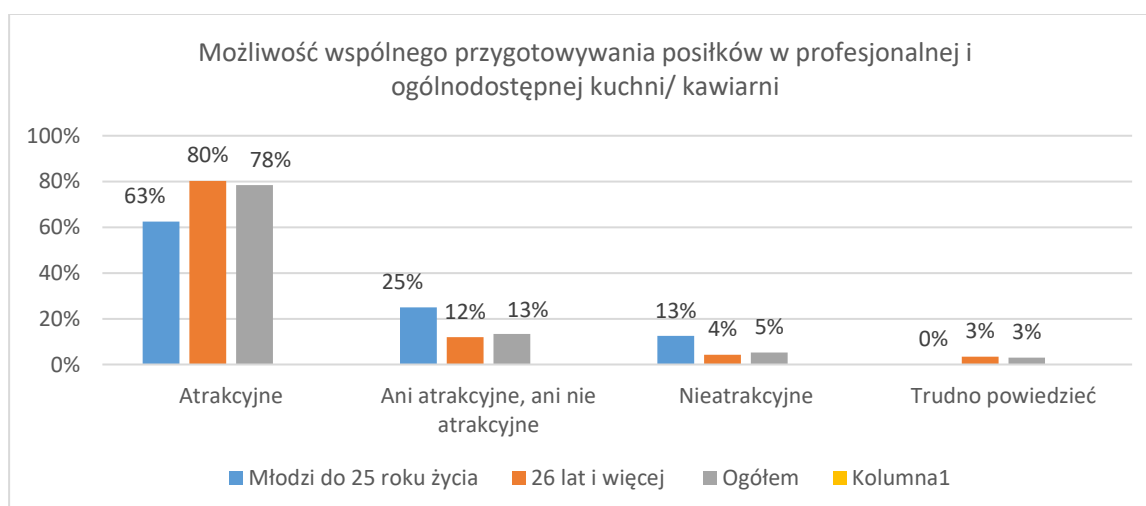
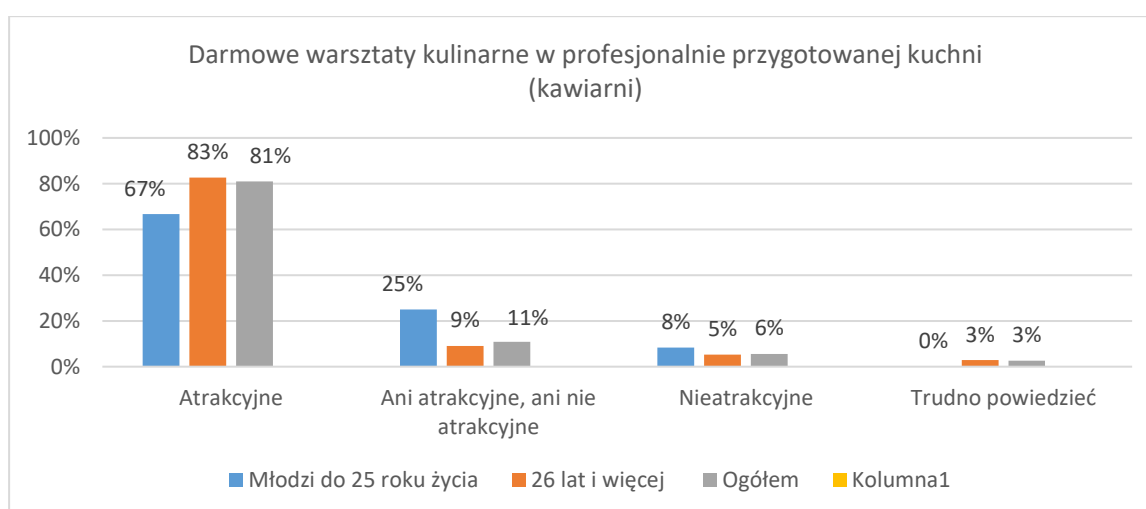
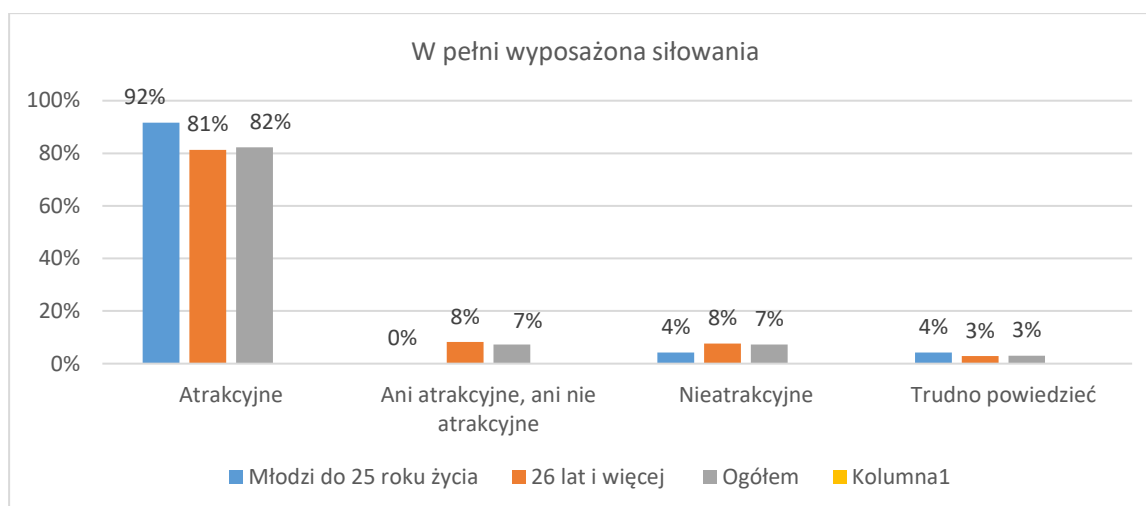
Najmniej zachęcającym działaniem jest możliwość skorzystania z pomieszczenia do wyciszenia, wolnego od nadmiernych bodźców (78%), jednak również w tym wypadku jest to zdanie podzielane częściej przez starszą grupę wiekową niż samą młodzież. Natomiast badana grupa najmłodszych za działanie najmniej atrakcyjne dla nich uznała możliwość wspólnego przygotowywania posiłków w profesjonalnej i ogólnodostępnej kuchni/ kawiarni.

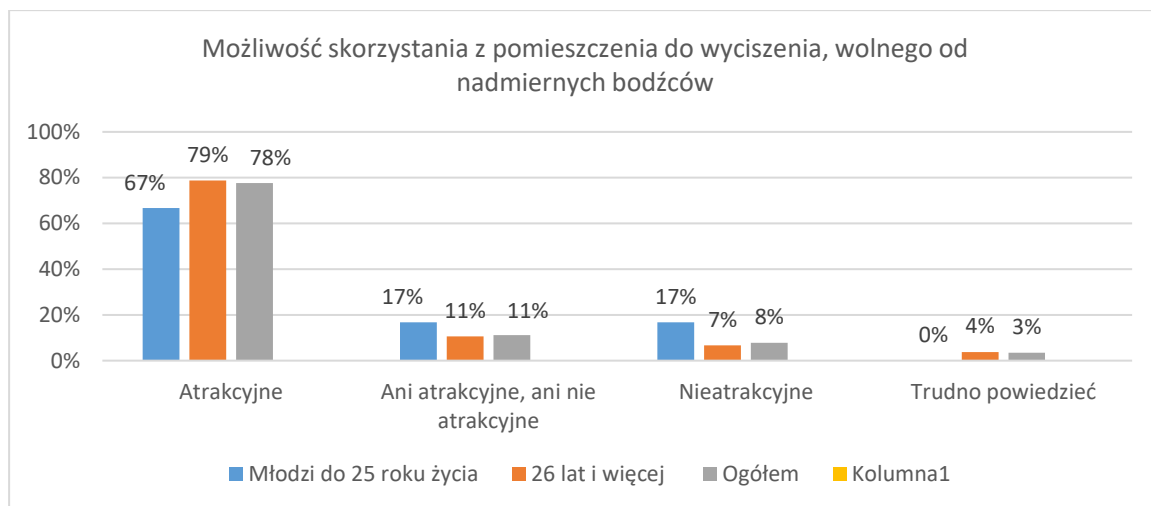
Trzeba jednak zauważyć, że wszystkie proponowane działania są zachęcające (od 78% do 93%), jednak tylko cztery z nich są na tyle atrakcyjne, że mogą zachęcić większą grupę odbiorców niż ci którzy już odwiedzili Centrum Kultury Browar B (88%). Działania te to:

- Możliwość kontaktu z profesjonalną kadrą – instruktorów, animatorów, psychologów, pedagogów (95%, tj. przyrost o 7 pkt. proc.)
- Spędzanie wolnego czasu w bezpiecznym, rozwijającym młodych ludzi miejscu (90%, tj przyrost o 2 pkt. proc.)
- Zajęcia dające uczestnikom możliwość rozwoju w różnych dziedzinach, np. muzyczne, recytatorskie, językowe (92%, tj. przyrost o 4 pkt. proc.)
- W pełni wyposażona siłownia (92%, tj. przyrost o 4 pkt. proc.).









Określenie obecnych odbiorców Centrum Kultury Browar B

Wśród osób odwiedzających Centrum Kultury Browar B przeważają kobiety, one też chętniej i częściej uczestniczą w działaniach tej instytucji.

Płeć	Proszę powiedzieć czy odwiedził(a) Pan(i) kiedykolwiek Centrum Kultury Browar B?		
	Tak	Nie	Ogółem
	%	%	%
Kobieta	63,3%	53,8%	62,2%
Mężczyzna	36,7%	46,2%	37,8%

Podobnie jak w populacji badanej wśród uczestników wydarzeń Centrum Kultury Browar B przeważają osoby w wieku powyżej 36 roku życia, jednak do osoby młodsze chętniej i częściej uczestniczą w wydarzeniach i zajęciach proponowanych przez tę instytucję.

Wiek	Proszę powiedzieć czy odwiedził(a) Pan(i) kiedykolwiek Centrum Kultury Browar B?		
	Tak	Nie	Ogółem
	%	%	%
17 lat lub mniej	3,4%	0,0%	3,0%
18-25 lat	7,7%	3,8%	7,3%
26-35 lat	10,1%	7,7%	9,9%
36-50 lat	56,0%	61,5%	56,7%
51-64 lata	21,7%	19,2%	21,5%
Powyżej 65 lat	1,0%	7,7%	1,7%

Wśród uczestników działań Centrum Kultury przeważają osoby z wykształceniem wyższym oraz średnim. Jednak chętniej z działań tej instytucji korzystają osoby z wykształceniem wyższym oraz podstawowym, niż średnim czy zawodowym. Może to wskazywać, że obecna oferta centrum jest skierowana do najmłodszych oraz do seniorów.

Wykształcenie.	Proszę powiedzieć czy odwiedził(a) Pan(i) kiedykolwiek Centrum Kultury Browar B?		
	Tak	Nie	Ogółem
	%	%	%
Podstawowe	3,9%	0,0%	3,4%
Zawodowe	2,4%	15,4%	3,9%
Średnie	29,1%	50,0%	31,5%
Wyższe	64,6%	34,6%	61,2%

Podobnie jak w populacji badanej również wśród uczestników działań Centrum Kultury Browar B przeważają osoby, których gospodarstwa domowe dysponują dochodem 2500zł do 4500 zł na osobę. Dochód nie różnicuje uczestników tak jak wcześniej wiek i wykształcenie.

Jakie są dochody gospodarstwa domowego	Proszę powiedzieć czy odwiedził(a) Pan(i) kiedykolwiek Centrum Kultury Browar B?		
	Tak	Nie	Ogółem
	%	%	%
Do 1500 złotych	2,4%	0,0%	2,2%
Od 1500 zł do 2500 złotych	7,8%	7,7%	7,8%
Od 2500 zł do 3500 złotych	20,5%	26,9%	21,2%
Od 3500 zł do 4500 złotych	15,6%	15,4%	15,6%
Od 4500 do 5500 złotych	9,8%	3,8%	9,1%
Powyżej 5500 złotych	13,2%	11,5%	13,0%
Odmowa	30,7%	34,6%	31,2%

Osoby, które kiedykolwiek odwiedziły Centrum Kultury Browar B chętniej ponoszą wydatki na kulturę, sport, zajęcia edukacyjne. Co trzecia osoba, które nie była w centrum kultury deklaruje jednocześnie, że nie ponosi takich wydatków w ogóle. Wśród uczestników działań tej instytucji ponad połowa deklaruwała, że przeznacza do 300 zł miesięcznie w takich celach.

Jakie są szacunkowe miesięczne wydatki Pana(i) gospodarstwa domowego na kulturę, sport, zajęcia edukacyjne? Np. na kursy językowe, zajęcia sportowe, bilety do kina, itp.	Proszę powiedzieć czy odwiedził(a) Pan(i) kiedykolwiek Centrum Kultury Browar B?		
	Tak	Nie	Ogółem
	%	%	%
Do 100 złotych	16,6%	3,8%	15,2%
100-200 złotych	25,4%	26,9%	25,5%
200-300 złotych	20,0%	7,7%	18,6%
300-400 złotych	12,7%	7,7%	12,1%
400 zł i więcej	21,5%	23,1%	21,6%
Nie ponosimy takich wydatków w ogóle	3,9%	30,8%	6,9%

Struktura społeczno-demograficzna badanych mieszkańców

Wśród badanych mieszkańców dominują kobiety – 62,2%, mężczyźni stanowią 37,8% próby.

Płeć	Wiek		
	Młodzież do 25 roku życia	26 lat i więcej	Ogółem
	%	%	%
Kobieta	58,3%	62,7%	62,2%
Mężczyzna	41,7%	37,3%	37,8%

Struktura wieku zdominowana jest przez osoby powyżej 45 roku życia (ponad 80%), natomiast młodzież do 25 roku życia stanowi nieco ponad 10% badanej próby.

Wiek	Wiek		
	Młodzież do 25 roku życia	26 lat i więcej	Ogółem
	%	%	%
18-24	29,2%	0,0%	3,0%
25-34	70,8%	0,0%	7,3%
35-44	0,0%	11,0%	9,9%
45-54	0,0%	63,2%	56,7%
55-64	0,0%	23,9%	21,5%
65 lat i więcej	0,0%	1,9%	1,7%

W grupie badanych mieszkańców dominują osoby z wyższym wykształceniem (61,2%). W grupie młodzieży największy odsetek stanowią osoby z wykształceniem średnim (58,3%).

Wykształcenie	Wiek		
	Młodzież do 25 roku życia	26 lat i więcej	Ogółem
	%	%	%
Podstawowe	20,8%	1,4%	3,4%
Zawodowe	4,2%	3,8%	3,9%
Średnie	58,3%	28,4%	31,5%
Wyższe	16,7%	66,3%	61,2%

W grupie badanych mieszkańców najliczniejszą grupę stanowią osoby których gospodarstwa domowe dysponują dochodem 2500 zł do 4500 zł w przeliczeniu na jedną osobę, czyli nieco poniżej minimalnego wynagrodzenia.

Jakie są szacunkowe miesięczne wydatki Pana(i) gospodarstwa domowego na kulturę, sport, zajęcia edukacyjne? Np. na kursy językowe, zajęcia sportowe, bilety do kina, itp.	Wiek		
	Młodzież do 25 roku życia	26 lat i więcej	Ogółem
	%	%	%
Do 100 złotych	16,7%	15,0%	15,2%
100-200 złotych	50,0%	22,7%	25,5%
200-300 złotych	16,7%	18,8%	18,6%
300-400 złotych	0,0%	13,5%	12,1%
400 zł i więcej	8,3%	23,2%	21,6%
Nie ponosimy takich wydatków w ogóle	8,3%	6,8%	6,9%

4. Podsumowanie

Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt.

Centrum Kultury „Browar B.” zlokalizowane jest w centrum Włocławka, w zrewitalizowanym kompleksie dawnego browaru Bojańczyków. Obiekt, działający od 2014 r., stanowi nowoczesną instytucję kultury, dobrze skomunikowaną z resztą miasta, dostępną pieszo, rowerem, komunikacją miejską i samochodem. Znajduje się w otoczeniu instytucji kulturalnych i edukacyjnych, co sprzyja różnorodności odbiorców.

Włocławek, położony w południowo-wschodniej części województwa kujawsko-pomorskiego, to trzecie co do wielkości miasto regionu, liczące ponad 100 tys. mieszkańców. Centrum działa również na terenie Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Włocławka, który obejmuje miasto i 13 sąsiednich gmin, zamieszkiwanych łącznie przez ok. 194 tys. osób.

Badania społeczne wskazują na niską ocenę oferty kulturalnej miasta, zwłaszcza dla dorosłych i młodzieży, co podkreśla potrzebę dalszego rozwoju wydarzeń i inicjatyw kulturalnych w regionie.

Bieżąca wielkość popytu tj. liczba osób obecnie korzystających z oferty realizowanej w infrastrukturze objętej wsparciem.

Bieżąca wielkość popytu na ofertę Centrum Kultury „Browar B” we Włocławku wynosi 113 053 osób. Jest to liczba uczestników, którzy skorzystali z wydarzeń i działań realizowanych w infrastrukturze objętej wsparciem w ramach tej instytucji.

Kluczowe dane:

Liczba uczestników w 2024 r.: 113 053 osoby

- 52 320 – wydarzenia własne (koncerty, spektakle, spotkania itp.)
- 21 980 – wydarzenia współorganizowane
- 28 700 – zwiedzający wystawy
- 10 053 – uczestnicy innych działań (lekcje, oprowadzania, biblioteka)

Centrum Kultury „Browar B” odnotowuje ****najwyższą frekwencję**** spośród porównywanych instytucji w miastach podobnej wielkości (Grudziądz, Inowrocław, Płock). Oznacza to bardzo wysoki bieżący popyt i silną pozycję instytucji w regionie.

Profil uczestników: głównie osoby w wieku 26–45 lat, przeważnie pracujące, z wykształceniem wyższym, lekka przewaga kobiet.

Podsumowanie liczbowo:

Bieżący popyt = 113 053 osoby (2024 r.), jest to aktualna wielkość zapotrzebowania na ofertę kulturalną realizowaną w infrastrukturze Centrum Kultury „Browar B”.

Prognozowany popyt.

Na podstawie danych GUS oraz badań społecznych przeprowadzonych w maju 2025 roku oszacowano przyszły popyt na ofertę edukacyjno-kulturalną dla młodzieży w regionie Włocławka i obszaru MOF. Kluczowe wnioski przedstawiają się następująco:

Zaobserwowano trend demograficzny wskazujący, że w ostatnich 5 latach liczba młodzieży w wieku 15–24 lata w Włocławku zmalała o około 3%, a w samym 2023 roku w MOF wzrosła o 1%.

Prognozuje się dalszy wzrost tej grupy – do roku 2030 liczba młodzieży w MOF ma przekroczyć 19 tys., a we Włocławku osiągnąć blisko 9,7 tys.

Z przeprowadzonych analizy wynika, że istnieje potencjalny popyt na ofertę edukacyjną gdyż:

- 48% rodziców deklaruje chęć zapisania dzieci na kursy języka angielskiego.
- 24% skorzystałoby z korepetycji, a 6% z kursów programowania.
- Średni wskaźnik potencjalnego popytu na te zajęcia wynosi 26%.

Na tej podstawie prognozowany popyt w roku 2025 kształtuje się następująco:

- **Włocławek:** ok. **2400** osób (26% z 9244 młodzieży)
- **MOF:** ok. **4760** osób (26% z 18316 młodzieży). Prognozy na kolejne lata przewidują wzrost proporcjonalny do przyrostu liczby młodzieży.

Zgodnie z opiniami mieszkańców wyrażanymi w trakcie prowadzonych badań, wynika że:

- 39% mieszkańców uznaje ofertę edukacyjną i kulturalną za niewystarczającą.
- 46% ocenia liczbę wydarzeń kulturalno-rozrywkowych jako zbyt małą.
- Istnieje wyraźna potrzeba rozwoju oferty dla młodzieży.

Planowane działania zwiększające atrakcyjność (m.in. profesjonalna kadra, rozwój pasji, bezpieczne miejsce, siłownia) uzyskały wysoką ocenę społeczną, stąd szacowany **wzrost popytu** w wyniku tych działań to dodatkowe **3–4%**.

Prognoza rozszerzonego popytu (Klub Młodych Plan B), w scenariuszu uwzględniającym działania aktywizujące:

- Wzrost liczby odbiorców (młodzieży do 25 r.ż.) z **4762 w 2025** do **5 005 w 2031**.
- Równocześnie wzrasta liczba dorosłych zainteresowanych ofertą kultury – co sugeruje rosnące zapotrzebowanie na zróżnicowaną ofertę edukacyjno-rozwojową i rozrywkową.

Wniosek:

Prognozy wskazują na rosnący popyt na zajęcia edukacyjne i kulturalne dla młodzieży we Włocławku i MOF. Centrum Kultury powinno rozwijać ofertę odpowiadającą potrzebom młodych ludzi – szczególnie

w zakresie języków, korepetycji, programowania i rozwoju pasji – przy jednoczesnym podnoszeniu jakości infrastruktury i kadry.

Określenie przyszłego zainteresowania produktami czy usługami oferowanymi dzięki realizacji projektu.

Centrum Kultury Browar B cieszy się dużym zainteresowaniem mieszkańców Włocławka – 89,4% odwiedzających uczestniczyło w wydarzeniach kulturalnych, a co piąty w warsztatach i zajęciach edukacyjno-artystycznych. Instytucja jest postrzegana jako wartościowa przez 71,2% badanych, szczególnie dorosłych. Młodzież zgłasza zapotrzebowanie na nowe formy aktywności, co doprowadziło do powstania Klubu Młodych „Plan B” dla osób w wieku 13–25 lat. Projekt ten został bardzo pozytywnie oceniony – 93,5% uznało go za trafiony. Największe zainteresowanie budzą zajęcia z profesjonalistami, rozwój pasji, bezpieczne środowisko i dostęp do siłowni. Inicjatywa przyczyniła się do zwiększenia atrakcyjności i rozpoznawalności Centrum oraz potwierdziła trafność jego kierunku rozwoju.

Określenie przyszłych odbiorców projektu (beneficjentów końcowych projektu).

Projekt, w szczególności Klub Młodych „Plan B”, skierowany jest do młodzieży w wieku 13–25 lat z Włocławka i okolic. Główne cele to wspieranie rozwoju pasji, umiejętności i relacji społecznych poprzez ofertę kulturalno-edukacyjną. Odbiorcy to osoby zainteresowane aktywnościami artystycznymi, edukacyjnymi i integracyjnymi, często z ograniczonym dostępem do takich inicjatyw. Projekt ma charakter inkluzyjny, sprzyjający osobom narażonym na wykluczenie społeczne. Kluczowe jest aktywne zaangażowanie młodych w tworzenie programu. Długofalowo projekt może przyciągnąć także rodziców, nauczycieli, lokalne organizacje i partnerów branżowych.

Określenie potrzeb kulturalnych i edukacyjnych odbiorców projektu.

Badania przeprowadzone wśród młodzieży z Włocławka pokazują, że brakuje im oferty kulturalno-edukacyjnej odpowiadającej ich potrzebom. Najważniejsze oczekiwania to:

- **Przestrzeń do integracji i spędzania wolnego czasu** – młodzi chcą otwartych, nieformalnych miejsc spotkań, gdzie czują się swobodnie i bezpiecznie.
- **Zajęcia wspierające rozwój osobisty** – szczególnie cenne są warsztaty z psychologii, komunikacji i radzenia sobie z emocjami.

- **Warsztaty artystyczne** – młodzież interesuje się twórczością artystyczną i potrzebuje dostępu do profesjonalnych narzędzi i mentorów.
- **Możliwość organizacji własnych wydarzeń** – młodzi chcą współtworzyć ofertę kulturalną miasta, co wzmacnia ich poczucie wpływu i zaangażowania.

Dorośli dodatkowo podkreślają potrzebę kontaktu młodzieży z kulturą wysoką. Projekt odpowiada na te potrzeby, wspierając rozwój, integrację i aktywne uczestnictwo młodych ludzi w życiu kulturalnym Włocławka.

Przyszłe monitorowanie popytu

Zalecamy w przyszłości regularne monitorowanie popytu na usługi świadczone przez Centrum Kultury Browar B poprzez prowadzenie monitoringu bieżącego oraz przeprowadzanie badań popytu raz na kilka lat.

Monitoring bieżący wymaga określenia liczby uczestników organizowanych wydarzeń poprzez wprowadzanie biletów, zaproszeń bądź bieżącego zliczania liczby uczestników.

Raz na kilka lat (3-5) zalecamy przeprowadzenie badań popytu umożliwiających określenie liczby osób korzystających z poszczególnych usług świadczonych przez Centrum Kultury we Włocławku.

Cele badania

- Określenie odsetka osób, które skorzystały z wydarzeń/ zajęć/ warsztatów etc. Centrum Kultury Browar B
- Oszacowanie zainteresowania poszczególnymi usługami.
- Zbadanie struktury społeczno-demograficznej odwiedzających.

Metoda

- Badania należy prowadzić poprzez ankietę wypełnianą osobiście przez badanych lub przy udziale ankietera.
- Średni czas trwania jednego wywiadu: maksymalnie 3 minuty.

Próba

- Respondentami powinni być mieszkańcy miasta Włocławek oraz przyległych gmin w ramach Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego.
- Minimalny poziom próby to 300 wywiadów.