

Sprawozdanie z działalności Federacji Polskich Banków Żywności w 2018 roku

Informacja rozszerzona dla Banków Żywności

I. Informacje ogólne

W 2018 roku działania Federacji Polskich Banków Żywności skupione były zgodnie z przyjętym Planem Pracy na 3 celach priorytetowych, zgodnych ze Strategią Rozwoju FPBŻ na lata 2015-2025.

Cele priorytetowe

1. Zwiększenie rozpoznawalności Banków Żywności jako dobrej marki
2. Budowa partnerskiej sieci organizacji i instytucji (odbiorcy żywności)
3. Budowanie kultury otwartości i dialogu wewnątrz FPBŻ

Pozostałe kluczowe działania realizowane w 2018 roku to m.in.: realizacja programu POPŻ, koordynacja Świątecznej Zbiórki Żywności, rozwój fundraisingu, działania na rzecz usprawnienia dokumentacji odbioru żywności – pilotaże z udziałem Tesco, Auchan i GS1, kampania edukacyjna Ratujesz Żywność Ratujesz Planetę.

W 2018 biuro Federacji rozpoczęło realizację dwóch dużych projektów ze środków publicznych: „Ekomisja – nie marnuję” - projekt dwuletni 2018-2020 (dofinansowane ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej) oraz PROM, projekt trzyletni 2018-2021 (dofinansowany z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, partnerzy: SGGW, Instytut Ochrony Środowiska, KOWR oraz PTTŻ).

W 2018 roku zmniejszyła się liczba zrzeszonych w FPBŻ Banków Żywności do 31, na skutek zakończenia działalności przez Bank Żywności w Jaworze.

Wśród najważniejszych rezultatów działalności w 2018r można wymienić:

- W 2018 roku sieci handlowe przekazały na rzecz Banków Żywności o blisko **60% więcej darowizn** żywności w porównaniu do roku ubiegłego (10 428 tony o wartości 106 827 438 zł).
- Liczba sklepów przekazujących darowizny żywności **wzrosła o blisko 70%** i wyniosła **928 sklepów** oraz ponad **200 restauracji**.
- Została nawiązana współpraca z siecią restauracji **Pizza Hut** (ok. 60 restauracji) oraz **centrum dystrybucyjnym Jeronimo Martins w Gorzowie Wlkp.**
- W zakresie zwiększenia różnorodności finansowania i rozwoju współpracy z biznesem - przeprowadzenie drugiej kampanii fundraisingowej i połączenie jej z akcją marketingową RabenExpress, dzięki czemu zebrano ponad 100 000 zł.
- W zakresie polepszenia przepływu informacji i współpracy pomiędzy Bankami Żywności a biurem, systematycznie publikowany jest newsletter oraz protokoły z posiedzeń Zarządu, zorganizowano 2 spotkania strategiczne kadry zarządzającej w BŻ (forum zarządzających w BŻ).
- W zakresie zwiększenia rozpoznawalności Banków Żywności jako dobrej marki, przeprowadzono kampanię edukacyjno-wizerunkową, prowadzono z większą niż w poprzednich latach intensywnością działania w mediach i profilach społecznościowych, w efekcie znacząco zwiększyła

się liczba publikacji (ponad 1300) wywiadów radiowych i telewizyjnych z udziałem ekspertów BŻ (ok 120) oraz zwiększyła się liczba fanów facebooka o 2499 osób.

- Sukcesem zakończyły się działania na rzecz uruchomienia ścieżki finansowania infrastruktury w Bankach Żywności w Narodowym Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. W 2018 roku został ogłoszony konkurs inwestycyjny na finansowanie sprzętu magazynowego i związanego z dystrybucją żywności oraz remontów i budowy magazynów. Biuro Federacji przeprowadziło szkolenie wspierające BŻ w złożeniu wniosków aplikacyjnych.

Wśród najważniejszych wyzwań należy wymienić:

- Przygotowanie biura Federacji i Banków Żywności oraz lokalnych sieci organizacji partnerskich do procedowanej obecnie ustawy związanej z niemarnowaniem żywności (między innymi poprawa infrastruktury związanej z zapewnieniem ciągłości łańcuchu chłodniczego dla przekazywanej żywności, usprawnienie procedur obiegu dokumentów, standaryzacja regulacji prawnych pomiędzy FPBŻ-BŻ-organizacjami lokalnymi).
- Zwiększenie wpływu Banków Żywności na ogólnopolskie programy rozwojowe oraz lokalne polityki regionalne w zakresie finansowania pomocy żywnościowej i wdrażania ustawy o niemarnowaniu żywności. W tym celu zaprojektowano i rozpoczęto realizację projektu PROM.
- Zwiększenie finansowania dla kosztów zagospodarowania żywności od producentów i z sieci handlowych. W tym celu kontynuowane były kampanie fundraisingowe dla osób indywidualnych, którymi zaowocowały zebraniem 100 000 zł w grudniu, oraz zaangażowaniem biznesu (głównie sieci handlowych) – sieć Tesco przekazywała na odbiór żywności z każdego sklepu 500 zł na rok, a sieć Kaufland umożliwiła zbiórkę pieniędzy do skarbon we wszystkich Kauflandach).
- Budowanie rozpoznawalności marki Banków Żywności, poprawa komunikacji na temat działalności Banków Żywności i budowanie pozycji eksperckiej BŻ.

Poniżej przedstawiono szczegółowe informacje dotyczące realizacji działań w poszczególnych obszarach tematycznych.

II. Podsumowanie realizacji działań w odniesieniu do 3 celów priorytetów przyjętych na 2018 rok i 5 dodatkowych celów

1. Zwiększenie rozpoznawalności Banków Żywności jako dobrej marki

W 2018 roku zaplanowano wiele działań mających na celu zwiększenie rozpoznawalności Banków Żywności jako dobrej marki.

1.1. Współpraca z mediami

Przez cały 2018 rok budowano konsekwentnie relacje z mediami, zapraszając przedstawicieli na kluczowe wydarzenia, inicjując wypowiedzi do mediów, odpowiadając na pytania mediów.

Efektom współpracy z mediami było ponad 1300 publikacji. Jednymi z najczęściej poruszanych tematów i zapytań z mediów w kontekście Federacji Polskich Banków Żywności były:

Niemarnowanie żywności – przyczyny, skala, skutki. Temat ustawy o niemarnowaniu żywności, Zbiórki Żywności, pomoc żywnościowa, dane z nowego badania i raportu o marnowaniu żywności (Światowy Dzień Żywności), kampania edukacyjna: „Marnując żywność marnujesz planetę”.

Skupiono się na wzmocnieniu relacji z kluczowymi mediami. Inicjowano wypowiedzi do mediów oraz odpowiadano na zapytania mediów. Powstały 32 Informacje Prasowe i ponad 120 wywiadów.

Zorganizowano również dla mediów konferencję z okazji Światowego Dnia Żywności, połączoną z eventem kulinarnym, w którym udział wzięli znani kucharze i influencerzy – Sylwia Majcher, Jagna Niedzielska, Daria Ładocha i Tomasz Królikowski. Całość wydarzenia poprowadziła Agnieszka Cegielska. Gośćmi wydarzenia byli przedstawiciele instytucji MEN, OBE, przedstawiciel firmy badawczej Kantar oraz socjolog Tomasz Sobierajski. Wydarzenie odbyło się w Hali Gwardii. Na spotkaniu było ponad 100 osób.

Oprócz tego odbyło się śniadanie medialne dla mediów dotyczące pomocy żywnościowej w programie POPŻ, miało ono miejsce we wrześniu 2018 roku, w siedzibie jednej z organizacji partnerskich BŻSOS w Warszawie, która odbiera żywność w POPŻ.

Odbyło się też spotkanie z mediami podczas inauguracji Świątecznej Zbiórki Żywności w sklepie Tesco w Warszawie z udziałem gwiazd i celebrytów, a także sortowanie żywności z Parą Prezydencką w Zielonce pod Warszawą, w siedzibie jednej z organizacji partnerskiej BŻSOS w Warszawie,

1.2. Media społecznościowe

Facebook

Liczba fanów na 31.12.2018 - 13 409 (wzrost o 2 499 fanów).

Liczba zaangażowanych fanów w 2018 - 8 468 (w 2017 – 3 120). Liczba zaangażowanych fanów mówi o intensywności reakcji na komunikację marki. W analizowanym okresie zaangażowano 8 468 użytkowników, czyli 63,15% wszystkich fanów profilu. Jest to o 5 348 więcej w porównaniu do poprzedniego analogicznego okresu.

Średni dzienny zasięg – średnio raz dziennie komunikacja w 2018 docierała do 6 248 (w porównaniu do 2017 wzrost o 11,68%). Największy dzienny zasięg na fanpage’u był w dniu 30.04.2018 i wyniósł ponad 100 tysięcy (109 816).

Użytkownicy Facebooka mogą w różny sposób angażować się na profilu marki. Ich aktywność będzie widoczna także dla ich znajomych, dzięki czemu można zwiększać “wirusowy” zasięg treści:

Reakcje 17 523 (2017 – 6 098)

Komentarze 608 (2017 – 381)

Udostępnienia 4483 (2017 – 1 258)

Instagram

Fanpage do tej pory skupiał niewiele osób (Liczba fanów: stan na 31 grudnia 2017 – 199). Fani nie udzielali się na Instagramie organizacji. Również nie „lajkowali” postów, których było niewiele i nie wspominali organizacji i hashtagów z nią związanych w swoich relacjach. Problemem był brak różnorodności i ciekawych treści, brak prowadzenia komunikacji i relacji na „żywo”. Na Instagramie zaczęto prowadzić relacje oraz uatrakcyjnić go zdjęciami z opisami.

Stan na dzień 31.12.2018 1704 fanów (wzrost o 1 505). Użytkownicy Instagrama mogą angażować się na profilu marki na dwa sposoby – lubiąc lub komentując zdjęcia. Wzrost liczby polubień: 1189.77% (2018- 8 577, 2017 - 665) Wzrost liczby komentarzy: 1118.75% (2018 – 195, 2017 – 16)

W analizowanym okresie administrator wykonał 70 aktywności. To więcej o 45 (180%) niż w poprzednim analogicznym okresie.

1.3. Współpraca z influencerami/gwiazdami

W roku 2018 nawiązano i rozwinięto również współpracę z influencerami z nurtu eko, zero waste: Sylwia Majcher, Maia Sobczak, Jagna Niedzielska, David Gabarioud, Agnieszka Cegielska, Tomasz Królikowski, Daria Ładocha oraz Marta Kielczyk, Tomasz Sobierajski.

Pozyskano także wsparcie kilku projektów influencerów z instagrama jak m.in: „zenibycfit” (89,5 tysiąca fanów) „areta” (71 tysięcy fanów) „kasia_ograniczam się” (12,5 tysiąca fanów) „whiteplatecom”(99,4 tysiąca fanów) „magic_ingredient” (6 104 fanów) „barbgrabowska”(4 087 fanów) „weronikajuszczak” (261 tysiąca fanów) „eko_polka” (4 426 fanów) „doktorania” (91,9 tysiąca fanów) „szafaszywniary” (28 tysięcy fanów) „eatrunlove.pl” (5 243 fanów)

W 2018 roku objęto również patronatem książki „Gotuję, nie Marnuję” Sylwii Majcher oraz „Do ostatniego okruszka” Mai Sobczak oraz w związku z tym uczestniczono w premierach książek i spotkaniach dotyczących tematyki zero waste, gdzie występowano razem z autorkami np. Food Blogger Fest w Agorze, Targi Książki, Warsztaty kulinarne z autorkami.

Pozyskano również finansowe i wizerunkowe wsparcie od zespołu Metallica.

1.4. Opracowanie strategii komunikacji Banków Żywności

W 2018 roku podjęto współpracę z Fundacją Informacji i Komunikacji Społecznej Głośniej, która nieodpłatnie przeprowadziła 2 warsztaty dotyczące strategii i kluczowych komunikatów, w którym wzięli udział członkowie Zarządu FPBŻ oraz przedstawiciele biura (dyrektor ds. rozwoju, specjalista ds. PR). **Kampania „Marnując żywność – Marnujesz planetę”**

W ramach kampanii wyprodukowane zostały 3 spoty TV. W terminie 16-30 listopada 2018 roku wyemitowano 700 razy spoty projektowe.

W ramach kampanii powstał również spot radiowy. W terminie 7 listopada - 16 grudnia 2018 roku miało miejsce 108 emisji spotów.

Istotnym jej elementem była kampania billboardowa obejmująca trzy rodzaje plakatów. Rozmieszczono 301 cilitlightów, w 6 województwach (m.in. w Warszawie, Poznaniu, Trójmieście, Krakowie, Chorzowie, Tychach, Gliwicach, Wrocławiu). Odbyła się ona w terminie: 10 października – 10 listopada 2018 roku

W ramach projektu realizowano kampanię internetową. Celem kampanii internetowej było uzyskanie łącznie ok. 15 000 wyświetleń materiałów w okresie kampanii (2 lata). Wyniki: 74 484 wyświetleń (w okresie 30 października do 21 grudnia 2018 roku)

Konkurs EkoSelfie

W grudniu 2018 został ogłoszony konkurs EkoSelfie, który był jednym z działań projektu „EkoMisja Nie Marnuję” finansowanego ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Celem Konkursu było wyróżnienie i promocja najciekawszych zdjęć prezentujących działania

w zakresie prawidłowych zachowań proekologicznych. Konkurs był przeprowadzony w następujących kategoriach:

- a. Nie marnuję, środowisko szanuję.
- b. Mój sposób na niemarnowanie żywności.

2. Budowa partnerskiej sieci organizacji i instytucji (odbiorcy żywności)

W ramach działania odbyło się 8 dwudniowych szkoleń dla organizacji partnerskich BŻ: w Warszawie, Radomiu, Ciechanowie, Poznaniu, Gorzowie Wlkp. Trójmieście, Słupsku, Olsztynie, Krakowie i Ostrowcu Świętokrzyskim. Szkolenia dotyczyły tematów prawno-administracyjnych (w tym RODO), finansów i bezpieczeństwa żywności (finansowanie z projektu POWER).

Rozpoczęto też identyfikację dobrych praktyk we współpracy z organizacjami partnerskimi w zakresie odbioru żywności świeżej wśród BŻ oraz wypracowanych przez BŻ standardów takiej współpracy. Przeprowadzono ankietę wśród BŻ dotyczącą tego, czy BŻ stosują standardy opracowane przez FPBŻ w 2015 r. (projekt systemowy), na ile ten standard jest użyteczny, czy BŻ wypracowały własne standardy.

Realizowano także wsparcie organizacji partnerskich lokalnych Banków Żywności przy realizacji PO PŻ poprzez dostarczenie zaktualizowanej wersji oraz obsługę narzędzia do sprawozdawczości w ramach programu. Organizacje lokalne dystrybuujące żywność POPŻ uzyskały także merytoryczne i informacyjne wsparcie projektowe na udostępnionej im stronie internetowej popz.bankizywnosci.pl.

3. Budowanie kultury otwartości i dialogu wewnątrz FPBŻ

3.1. Spotkania prezesów i dyrektorów BŻ

Dwa razy w roku poza posiedzeniem Walnego Zebrania były zorganizowane spotkania kadry kierowniczej we wszystkich zrzeszonych BŻ nastawione na wymianę informacji i doświadczeń oraz omówienie kluczowych wyzwań. Takie spotkanie odbyło się w lutym i październiku 2018 r.

3.2. Wizyty studyjne, newslettery, webinaria

Odbyły się **4 wizyty studyjne** z udziałem BŻ, 1 wizyta w Polsce, 3 w krajach partnerskich projektu Wyszehradzkiego

Wizyta studyjna w Kielcach (termin 23 maja, temat: „Program POPŻ a zarządzanie medialne sytuacjami trudnymi”, uczestniczyli w niej przedstawiciele 8 BŻ i pracownicy biura FPBŻ). Efektem wizyty były rekomendacje działań w przypadku wystąpienia takich sytuacji dla BŻ.

3 wizyty studyjne w krajach grupy wyszehradzkiej – w Banku Żywności na Słowacji (styczeń 2018), Banku Żywności na Węgrzech (maj 2018) oraz Banku Żywności w Czechach (wrzesień 2017). Wzięli w nich udział przedstawiciele: Słowacja - BŻ w Trójmieście, BŻ w Ciechanowie, Węgry – BŻ w Trójmieście, BŻ w Słupsku, BŻSOS w Warszawie, BŻ w Ciechanowie, Czechy: BŻ w Trójmieście, BŻ we Wrocławiu.

Wydano **10 newsletterów**, zawierających informacje o działaniach Banków Żywności, informacje z biura Federacji i inspiracje zza granicy. Newsletter trafił łącznie do 108 osób.

Zrealizowano **6 webinarów**, w tym: 1 edukacyjne (na temat crowdfundingu), 2 informacyjno-edukacyjne (konkurs FIO, stan pracy nad ustawą), 2 konsultacyjne (dotyczące dokumentacji odbiorów), 1 – relacja (z pobytu Beaty Ciepłej, wiceprezes Zarządu FPBŻ na konferencji w Houston).

3.3. Grupy konsultacyjne

Po Walnym Zgromadzeniu został powołany zespół ds. zmian statutowych, w skład którego weszli przedstawiciele Banków Żywności z Łodzi, Lublina, Piły, Olsztyna, Trójmiasta, Warszawy i Śląskiego. Zespół obradował 24 października 2018 w biurze FPBŻ.

Pod koniec roku, w ramach projektu Finansowo Silni (finansowanego ze środków NBP) powołano Radę ds. rozwoju edukacji ekonomicznej w Bankach Żywności, której pierwsze spotkania odbywały się w styczniu 2019 r. Celem powołania Rady było konsultowanie opracowanych przez eksperta zewnętrznego materiałów edukacyjnych z zakresu edukacji ekonomicznej. W skład Rady wszedł Sekretarz Zarządu FPBŻ, BŻ we Wrocławiu (2 osoby), BŻ w Ciechanowie (1 osoba), BŻ w Słupsku (1 osoba), koordynatorka projektu z biura FPBŻ oraz koordynatorka programów edukacyjnych w biurze FPBŻ.

3.4. Szkolenia BŻ (poza działaniami w ramach projektów)

Została zakończona **I Akademia Fundraisingu Banków Żywności**. W Akademii wzięto udział 8 BŻ. Akademia składała się z 4 szkoleń, ostatnie odbyło się w styczniu 2018 na temat tworzenia planu fundraisingowego.

Przeprowadzono dwa szkolenia z obsługi programu Enova dla pracowników Banków Żywności, w których uczestniczyło łącznie 13 osób.

Przeprowadzono szkolenie na temat składania wniosków w ramach konkursu infrastrukturalnego NFOŚiGW (16 listopada), wzięto w nim udział ponad 10 BŻ.

III. Inne działania

4. Zwiększenie ilości żywności zagospodarowywanej przez Banki Żywności

4.1. Współpraca z sieciami handlowymi

W 2018 roku Federacja Polskich Banków Żywności współpracowała z **8 sieciami handlowymi**: Tesco, Makro, Carrefour, Auchan, Auchan Direct, Eurocash, Jeronimo Martins, Kaufland oraz siecią restauracji KFC z grupy AmRest. Została nawiązana współpraca z siecią restauracji **Pizza Hut** (ok. 60 restauracji) oraz **centrum dystrybucyjnym Jeronimo Martins w Gorzowie Wlkp.**

W 2018 roku sieci handlowe przekazały na rzecz Banków Żywności o blisko **60% więcej darowizn żywności** w porównaniu do roku ubiegłego (**10 428 tony o wartości 106 827 438 zł**).

Liczba sklepów przekazujących darowizny żywności wzrosła o blisko 70% i wyniosła **928 sklepów** oraz ponad **200 restauracji**.

Podsumowanie współpracy z poszczególnymi partnerami:

- **EUROCASH** - Podpisanie umowy współpracy z grupą Eurocash, stworzyło szerokie możliwości odbiorów nadwyżek żywności Bankom Żywności z centrów dystrybucyjnych, hal Eurocash Cash&Carry

(ok. 200 hal) oraz supermarketów m.in sieci abc, delikatesy centrum, groszek oraz lewiatan. Obecnie 5 centrów dystrybucyjnych współpracuje z BŻ. Hale Eurocash otrzymały od Centrali powiadomienie o możliwości przekazywania darowizn na rzecz BŻ. Niestety planowana współpraca nie została rozwinięta, ze względu na dobrowolność przekazywania darowizn przez poszczególne hale. Sieć przekazała 38 ton żywności o wartości 404 781 zł.

- **JERONIMO MARTINS** – Od rozpoczęcia współpracy w maju 2017 BŻ współpracują z **418 sklepami** w całej Polsce. Od początku współpracy Banki Żywności odbierają różnorodny asortyment dobrej jakości. Nawiązywanie kooperacji przez Banki Żywności dynamicznie się rozwija. Zainicjowana została także współpraca z centrami dystrybucyjnymi. Podpisana została umowa z centrom dystrybucyjnym w Gorzowie Wlkp. Trwają konsultacje dot. podpisania umowy obejmującej współpracę wszystkie 15 centrów dystrybucyjnych w Polsce.

- **KAUFLAND** – w 2018 roku BŻ współpracowały z **60 sklepami**. Sieć Kaufland pracuje nad jakością współpracy. Sieć przekazała 61 ton żywności o wartości 584 016 zł.

- **TESCO** – w 2018 roku Banki Żywności współpracowały z 293 sklepami formatów SM, CHM oraz HM. Tesco opracowało **wersje elektroniczną raportowania darowizn** w ujęciu tygodniowym na każdy sklep. Rozpoczęto testy elektronicznego importu danych o darowiznach. Rozpoczęto pilotaż aplikacji **Food Cloud** z Bankiem Żywności w Krakowie.

Kontynuowano przekazania pełnowartościowego asortymentu pochodzącego z awaryjnego wycofania produktów. W roku 2018 doszło także za pośrednictwem sieci handlowej do przekazania darowizn z magazynów dostawców.

Banki Żywności otrzymały w bieżącym roku wsparcie finansowe w wysokości 500 zł na obsługę każdego ze sklepów przekazujących darowizny minimum 3 miesiące w roku 2017. Łącznie wypłacono **budżet 115 500 zł na obsługę 233 sklepów**. W ciągu roku Tesco przekazało na rzecz Banków Żywności 2 836 ton żywności o wartości 18 221 144 zł

- **MAKRO** – w 2018 r. sieć przekazała na rzecz Banków 3 328 ton żywności o wartości 32 259 097 zł. Makro przekazało również darowizny z magazynów ok. 5 centrów dystrybucyjnych.

- **CARREFOUR** – Odbiory realizowano z 38 sklepów. Łącznie sieć przekazała 104 ton żywności o wartości 718 162 zł.

- **AUCHAN** – w 2018 r. w procesie przekazywania nadwyżek żywności uczestniczyły wszystkie hipermarkety (75 sklepów) . Ilość żywności przekazana Bankom Żywności wzrosła o ok. 70% - 1 917 ton żywności o wartości 22 021 908 zł. Sieć Auchan dokonała opracowania nowych wzorów protokołów przekazania i weszła w **pilotaż z firmą GS1**.

- **Auchan Direct** – w kwietniu została podpisana umowa współpracy z centrum dystrybucyjnym sprzedaży e-commerce w Piasecznie.

- **KFC** – Banki Żywności w bieżącym roku odbierały darowizny żywności z blisko 200 restauracji. Odbiory darowizn były realizowane także z magazynów centralnych. Spółka AmRest przekazała na rzecz podopiecznych Banków Żywności 150 ton żywności o wartości 4 214 332 zł.

- **Pizza Hut** – umowa z Amrest została aneksowana o współpracę z siecią restauracji Pizza Hut. Na mocy umowy BŻ będą mogły odbierać darowizny z 60 restauracji. W 2018 przeprowadzony został pilotaż odbiorów z Bankiem Żywności we Wrocławiu.

- **GS1** - w 2018 roku kontynuowane było partnerstwo z firmą GS1 celem usprawnienia raportowania darowizn żywności na cele społeczne z sieci handlowych. Zorganizowane zostało spotkanie z sieciami handlowymi odnośnie przedstawienia 3 koncepcji dot. uproszczenia dokumentowania darowizn w systemie magazynowym enova. Po spotkaniu do pilotażowego wdrożenia rozwiązań wybrano sieć Auchan. Sieć Auchan opracowała wspólnie z FPBŻ jednolity protokół przekazania darowizny w podziale

na 9 grup asortymentowych uzgodnionych z BŻ. Trwają prace nad importem wersji elektronicznej protokołu do systemu magazynowego enova.

Podsumowanie współpracy z sieciami handlowymi w 2018:

Sieć handlowa	liczba sklepów	Tonaż (kg)	Wartość (zł)
Makro	35	3327712	32259097
Tesco	293	2836464	18221144
Jeronimo Martins	418	1994570	28403998
Auchan	79	1917254	22021908
AmRest	218	149594	4214332
Carrefour	38	103820	718162
Kaufland	60	61162	584016
Eurocash	5	37679	404781
	1146	10428255	106827438

4.2. Współpraca z producentami żywności

W roku 2018 skoordynowano odbiór darowizn w ilości **2 721 677,54 kg (spadek w stosunku do 2017 o ok 200 000 kg o łącznej wartości 14 370 736,62 zł.**

Łączna liczba zrealizowanych odbiorów wyniosła 710.

Darczyńcy, którzy rozpoczęli współpracę w 2018 roku: LOTTE WEDEL, REFRESCO, Zakład Mleczarski "Sokołów", HORTINO Zakład Przetwórstwa Owocowo-Warzywnego Leżajsk, HENGLEIN GMBH POLSKA, ARTETA, MARS POLSKA, HAVI LOGISTICS, BAMA EUROPA, PRACOWNIA LODZIARSKA BURDA WALASEK, THE LORENZ BAHLSEN SNACK-WORLD, FRIGO LOGISTICS, NICKAL, EURO FOODS Polska, ONEDAYMORE, WITPOL, GFS POLAND.

Zestawienie darczyńców, którzy przekazali w ciągu roku co najmniej 10 darowizn (pełna lista darczyńców stanowi załącznik nr 2 do sprawozdania)

		ILOŚĆ (KG)	Wartość (PLN)	ilość przekazanych	Średnia waga 1 odbioru (KG)
1	COCA-COLA HBC POLSKA	1007267	1723038	193	5218,999016
2	NESTLE POLSKA	196268,8	3641318	132	1486,885005
3	DANONE	238014,8	1806732	70	3400,211057
4	PEPSI-COLA GENERAL BOTTLERS POLAND)	347201,9	697607,9	47	7387,274468
5	MASPEX- GMW	319313,9	1035372	35	9123,254286
6	ZIELONA BUDKA	53547,7	451097,8	22	2433,986273
7	MONDELEZ POLSKA	69596,27	1243343	18	3866,459389

8	UNILEVER POLSKA	38214,21	240271,8	16	2388,388125
9	KUEHNE+NAGEL	47969,12	134358,5	14	3426,365714
10	LOTTE WEDEL	32379,3	476126,7	12	2698,274667
11	FRITO LAY POLAND'	39760,56	146557,9	10	3976,056

4.3 Prace serwisowe związane z programem Enova:

W roku 2018 zgłoszenia serwisowe dla FPBŻ realizowała firma DrIT. Łączna liczba godzin pracy informatyków wyniosła 88,5 godzin. W ramach prac zleconych znalazły się:

1. 41 godzin - zgłoszenia użytkowników programu Enova (z Banków Żywności). Zgłoszenia takie jak: poprawa błędnie wystawionych dokumentów PZ, WZ, MM, korekt, błędy w bilansie.
2. 8 godzin - prace serwisowe – zgłoszenia dot. instalacji nowych licencji programu Enova, konsultacje.
3. 40 godzin – zlecenie utworzenia mechanizmu importującego dokumenty z sieci handlowej TESCO do programu Enova

5. Zwiększenie różnorodności źródeł finansowania w Bankach Żywności

5.1. Fundraising od osób indywidualnych

Kampania 1%

Zrealizowano kampanię 1% na rzecz FPBŻ pt. „Lubisz gotować, ale nie marnować? Przekaż 1% na rzecz Banków Żywności.”

Do realizacji kampanii wykorzystano dedykowaną stronę www, program PIT, adwords (system reklamowy Googla). Główny nacisk w kampanii położono na media społecznościowe – Facebook, Instagram, do realizacji kampanii zaangażowano znanych bloggerów kulinarnych, którzy przygotowali specjalne przepisy na rzecz kampanii i wsparli kampanię na własnych blogach (byli to: Sylwia Majcher, Make Cooking Easier (Zosia Cudny), Qmam Kaszę, Jadłonomia (Marta Dymek), Kulinarne Bezdroża (Domunika masterchef). Reklamy na temat kampanii ukazały się też w biuletynach: Magazyn Biedronki Smaki Natury (nr 4/2018), KropkaTV, wsparły ją też partnerzy biznesowi: Lidl (videoposty na FB, strona www, gazetka, komunikacja wewnętrzna), Auchan (strona www, intranet).

W ramach kampanii pozyskano ok 7.500 zł

Kampania „Stoliczku Nakryj Się”

Czas: 3 – 31 grudnia 2018

Cele kampanii: budowa wizerunku BŻ, zwiększenie rozpoznawalności, komunikacja o idei i sposobie działania BŻ, zbiórka pieniędzy na ratowanie żywności i dostarczanie jej potrzebującym, zwiększenie liczby potencjalnych darczyńców

Grupa docelowa: kobiety i mężczyźni wiek 35 +, mieszkańcy dużych miast, osoby zainteresowane akcjami charytatywnymi
Reklama: outdoor, social media

Public Relations: informacja prasowa + wysyłka kreatywna, info w mediach, influencerzy (wysyłka ponad 150 maili z prośbą o wsparcie akcji – Youtuberzy, blogerzy kulinarni, muzycy, celebryci)

Narzędzia fundraisingowe: wpłaty online, biznes: procent od sprzedaży, inne akcje

Hasło: Stoliczku, nakryj się! Komunikat: Niech głód stanie się historią. Obecnie ponad 1,6 mln ludzi w Polsce żyje w skrajnym ubóstwie. Pomagamy im, przekazując jedzenie. Wesprzyj nas i wpłać na transport żywności

Kampania została wsparta Akcją RabenExpress#, w ramach której powstał film na temat działań społecznych Rabena (dowóz żywności do Wielkopolskiego Banku Żywności i organizacji partnerskiej) z udziałem influencera Rafała Gębury (blog: 7 metrów pod ziemią). Pozwoliło to w ogromnym stopniu zwiększyć skuteczność kampanii, dzięki której w grudniu wpłynęło 92 000 zł, a w połowie stycznia przekroczyło 100 000 zł.

Pozostałe efekty kampanii: wzrost Bazy darczyńców (4000 rekordów), liczba publikacji w internecie: Krzysztof Zalewski, Mietek Szcześniak, Eliza Mórawska (White Plate), Maja Bohosiewicz Jagna Niedzielska
Google Grants: 579 kliknięć na 4 tys. wyświetleń, 80 wpłat przekierowanych z reklam

Posty na Fb: 26 000 wyświetleń (na kanale 7 metrów pod ziemią 144 000 w grudniu)

Budżet kampanii: ok 20 000 zł

łącznie na koniec 2018 w bazie darczyńców indywidualnych jest ponad 4000 osób, a przychody z fundraisingu indywidualnego wynoszą 100472,67 zł.

5.2 Budowanie relacji z sektorem biznesowym

Współpraca z sieciami handlowymi

- współpraca z **Lidl Polska** – organizacja warsztatów dla uczestników festiwalu Pol'and'Rock, organizacja szkolenia dla dostawców. FPBŻ była partnerem merytorycznym książki Lidl Polska „Jeść zdrowiej. Warzywa i owoce” (ponad 2 mln czytelników) Firma przekazała 1200 książek dla Banków Żywności. W 333 sklepach Lidl zorganizowano zbiórki żywności, zebrano 113 ton. Firma przekazała dofinansowanie w wysokości 122 500 zł na organizację zbiórki żywności. Lidl jako partner strategiczny wspierał organizację obchodów Światowego Dnia Żywności i przygotowanie kampanii edukacji ekologicznej EkoMisja Nie marnuj!. Na działania edukacyjne w 2018 r. firma przekazała 50 000 zł (które stanowiły wkład finansowy do projektu „EkoMisja nie marnuj”, część w formie dotacji zostały przekazane Bankom Żywności realizującym działania edukacyjne).

- współpraca z **Tesco Polska** – darowizny żywności, firma przekazała środki finansowe w wysokości 351 400 zł z przeznaczeniem dla FPBŻ i lokalnych banków żywności na pokrycie kosztów związanych z rozszerzeniem procesu przekazywania nadwyżek żywności. Sieć przekazała także darowiznę w wysokości 20% wartości żywności zebranej podczas Świątecznej Zbiórki Żywności w 2017 roku, tj. 92 031,33 zł. Sieć Tesco umożliwiła nagranie w jednym z marketów spotu telewizyjnego w ramach kampanii „EkoMisja Nie Marnuj”.

- **Kaufland**: sieć Kaufland współpracowała z FPBŻ w zakresie odbioru żywności i podczas zbiórek żywności. W 2018 roku rozszerzono współpracę, zapraszając do wsparcia działalności Banków

Żywności klientów sieci Kaufland. Przy kasach we wszystkich sklepach w Polsce (ponad 200) pojawiły się skarbonki. Środki zebrane przez Federacją Polskich Banków Żywności w ramach zbiórki publicznej nr 2018/3729/OR zostaną przeznaczone na skuteczną dystrybucję żywności przez Banki Żywności. FPBŻ otrzymała darowiznę w wysokości 20 000 zł na produkcję i transport skarbon do marketów Kaufland.

- FPBŻ udostępniła sieciom handlowym grafikę „**Kupuj samotne banany**”, której celem było zwrócenie uwagi na problem marnowania żywności. Materiały zachęcające do kupowania samotnych bananów pojawiły się w sklepach Lidl, Auchan, Makro, Carrefour i Spar Polska.

Kontynuacja współpracy ze stałymi partnerami:

- **McCormick** – FPBŻ współpracowała z firmą McCormick, producentem przypraw Kamis w ramach 4. edycji programu Kulinarnie Mocni. We wrześniu i listopadzie 2018 r. odbyły się warsztaty dla trenerów z Banków Żywności, którzy następnie poprowadzą cykl ogólnopolskich szkoleń dla uczestników Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa. Firma McCormick przekazała wsparcie finansowe w wysokości 25 000 zł na realizację projektu Kulinarnie Mocni oraz kwotę 100 000 zł na organizację Świątecznej Zbiórki Żywności.

- **Unilever/Upfield Polska** - akcja edukacyjna „Extra Szkolna Stołówka z Delmą Extra” (2. Edycja). Ekspert FPBŻ przygotował scenariusze zajęć i gry terenowej, a trenerzy z Banków Żywności przeprowadzili 55 warsztatów dla uczniów szkół podstawowych, łączna wartość projektu to 110 500 zł.

- **Grupa Raben:** dzięki wsparciu logistycznemu Grupy Raben w 2018 roku przewieziono ok. 160 palet do Banków Żywności. Dodatkowo, w ramach akcji #RabenExpress przygotowano wspólnie z influencerem Rafałem Gębурą (opisano w działaniach fundraisignu)

- współpraca z firmą **Dajar** i marką **Ambition** w ramach akcji Postaw Talerz na Święta i wsparcie organizacji Wigilii dla potrzebujących przez 10 Banków Żywności (dofinansowanie 10 000 zł). Przy wigilijnym stole podczas 23 spotkań zorganizowanych w 15 miejscowościach, spotkało się blisko 6000 osób. Spotkania lokalne Banki Żywności zorganizowano w Chorzowie, Elblągu, Toruniu, Tarnobrzegu, Siedlcach, Opolu, Lublinie, Olsztynie, Chojnicach i Warszawie. Firma Dajar wsparła także organizację konferencji prasowej podczas Świątowego Dnia Żywności.

- darowizna 15 000 zł z firmy **AmRest**, przeznaczona na konkurs inwestycyjny dla Banków Żywności. W marcu 2018 r. dyrektor ds. rozwoju FPBŻ uczestniczył w spotkaniu koordynatorów z europejskich rynków AmRest o przekazywaniu żywności na cele społeczne, zorganizowanym we Wrocławiu.

- FPBŻ otrzymała darowiznę od firmy **Nurture the World** w wysokości 7 288 zł.

Nowi partnerzy:

- FPBŻ była partnerem merytorycznym kampanii firmy **Amica** „Przechowuję nie marnuję”. Przedstawiciele FPBŻ udzielali eksperckich wypowiedzi na temat globalnego i lokalnego problemu marnowania żywności oraz jego przyczyn i konsekwencji. Działania objęły przygotowanie materiałów zamieszczonych na platformie www.znamysięodkuchni.pl, emisję billboardów w stacjach telewizyjnych (Polsat, TVN, TVP1, TVP2 oraz Discovery), materiały w internetowych portalach informacyjnych i tematycznych, m.in. WP Expres, w którym został zrealizowany materiał dotyczący marnowania żywności. Przygotowano spot internetowy i na platformy VOD oraz video z poradami na temat przechowywania żywności. Amica zachęcać też będzie do odwiedzenia platformy www.znamysięodkuchni.pl, na której w sierpniu znajdą się informacje na temat problemu wyrzucania jedzenia i sposobów przechowywania żywności w celu jego uniknięcia. FPBŻ otrzymała darowiznę finansową w wysokości 40 000 zł, darowiznę rzeczową w postaci 3 lodówek

Amica z filtrem węglowym FreshOn o łącznej wartości rynkowej 3 897 zł oraz darowiznę rzeczową w postaci 3 kuchenek wolnostojących Amica o łącznej wartości rynkowej 7 129,50 zł.

- **Groupon** – od października do grudnia 2018 r. prowadzono sprzedaż cegiełek charytatywnych we współpracy z Groupon. Zebrano środki w wysokości ponad 5 tys. zł na transport żywności.

Zbiórki żywności w firmach:

- zbiórka żywności w oddziałach **Cargill Polska** (zebrano 1,9 tony żywności) i darowizna finansowa w wysokości 20 000 zł, przeznaczona na fundusz inwestycyjny dla Banków Żywności: remont powierzchni magazynowych,

- zbiórka żywności w oddziałach banku **BZWBK** – zebrano 3,8 t żywności o wartości 28 tys. zł. Edukacja pracowników: opracowano plakaty, przygotowano webinarium. Współpraca w obszarze edukacji finansowej – edukatorzy Banków Żywności prowadzili warsztaty dla beneficjentów Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa z wykorzystaniem publikacji „W poszukiwaniu zaginionej kasy”, opracowanej we współpracy z BZ WBK, przeprowadzono 78 warsztatów dla 1370 odbiorców pomocy.

Usługi pro-bono:

FPBŻ współpracowała z następującymi firmami w zakresie usług pro-bono: **CSRInfo** (zaplanowanie procesu dialogu z interesariuszami w projekcie PROM), **Norton Rose Fulbright** (wsparcie prawne), **Creative** (wsparcie marketingowe), **DPD** (bezpłatny transport książek Lidl Polska do Banków Żywności), **Gourmet Foods** – dystrybutor herbaty Dilmah i kawy Saquella (poczęstunek kawą i herbatą podczas konferencji z okazji Światowego Dnia Żywności).

Wolontariat:

FPBŻ współpracowała z siecią **Auchan** i firmą **Groupon** w ramach programu wolontariatu pracowniczego. We wrześniu 2018 r. 12 wolontariuszy Groupon zaangażowało się w przygotowanie ponad 500 skarbon, które znalazły się w marketach Kaufland. W październiku 2018 r. wolontariusze Groupon wspierali organizację konferencji z okazji Światowego Dnia Żywności.

Mentoring: FPBŻ współpracowała z firmą **Sodexo** oraz **Koalicją Prezesi Wolontariusze** w ramach programu mentoringu dla przedstawicieli kadry zarządzającej 3 Banków Żywności.

Udział w spotkaniach, targach i konferencjach:

BAROMETR BAYER: W marcu 2018 r. prezes FPBŻ uczestniczył w panelu dyskusyjnym podczas konferencji **Barometr Bayer: świat kręci się wokół żywności. Jak żyć w równowadze?** Celem projektu „#BarometrBayer” jest diagnozowanie świadomości co do ważnych zjawisk społecznych. W 7. edycji Barometr Bayer badano postawy Polaków wobec dostępu do żywności i wody, a także ochrony zasobów i zrównoważonego rolnictwa.

TARGI CSR: Przedstawicielki FPBŻ wzięły udział w **Targach CSR** w kwietniu 2018 r., poświęconych społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonemu rozwojowi. Organizatorem wydarzenia było Forum Odpowiedzialnego Biznesu, hasło towarzyszące targom to "Biznes we współpracy". Wśród wystawców podczas targów byli partnerzy FPBŻ, m.in. AmRest, Carrefour Polska, Jeronimo Martins Polska. Zorganizowano panel dyskusyjny nt. Zero waste! Jak zapobiegać problemowi marnowania żywności?

TARGI POLAGRA FOOD: W dniach 8-10 maja br. przedstawiciele Zarządu i biura Federacji Polskich Banków Żywności oraz Wielkopolskiego Banku Żywności uczestniczyli w Targach Polagra Food w Poznaniu i gali wręczenia znaków Poznaj Dobrą Żywność. Podczas targów w 3 pawilonach zaprezentowało się blisko 170 wystawców z 16 krajów, min. przedstawiciele branży mleczarskiej, producenci mięsa, słodczy, miódów oraz przetworów owocowo-warzywnych. Udział w targach wzięło ponad 3000 przedstawicieli branży spożywczej. Podczas targów nawiązano kontakty z producentami żywności.

W czerwcu 2018 r. przedstawiciele FPBŻ uczestniczyli w konferencji **"CE Food Waste w Warszawie"**. Organizowana przez Tesco konferencja dowiodła, iż efektywna walka z marnowaniem możliwa jest tylko w przypadku partnerstwa i zaangażowania zarówno sieci handlowych, jak i producentów i konsumentów. Podczas konferencji przedstawiciele różnych branż i organizacji rozmawiali o wadze identyfikowania źródeł marnotrawienia żywności oraz o sposobach na walkę z tym zjawiskiem – dziś i w przyszłości.

Szczyt Klimatyczny:

8 grudnia 2018 r. podczas COP24, w strefie Greenpeace Climito Hub w Katowicach, odbyła się debata z udziałem Jana Szczęśniewskiego, Prezesa Śląskiego Banku Żywności, członka Zarządu FPBŻ oraz Edyty Urbaniak-Konik, przedstawicielki firmy SUEZ. W klubie „Królestwo”, stanowiącym przestrzeń do nieskrępowanej wymiany poglądów, odbył się panel „Ratujemy żywność przed zmarnowaniem”, poświęcony refleksji nad odpowiedzialnością w zakresie zmian klimatu oraz wyzwaniem jakie przed nami stoją wobec planety. Dyskusja spotkała się z dużym zainteresowaniem i angażowała gości z różnych krajów, czemu sprzyjała nieformalna atmosfera miejsca.

14 grudnia 2018 r. podczas Szczytu Klimatycznego w Katowicach Federacja Polskich Banków Żywności zorganizowała dla uczestników panel dyskusyjny pod tytułem „Climate change and inequality”. Organizacja zaprosiła do niego działacza ruchu ekologicznego, profesora Zbigniewa Karaczuna oraz przedstawicieli biznesu zaangażowanych w temat niemarnowania żywności: Tesco, Suez i Electrolux. W spotkanie zaangażowany był też Śląski Banki Żywności. Uczestnicy rozmawiali o ekologicznych skutkach marnowania żywności, o edukacji oraz o tym jak przekonywać społeczeństwo do niemarnowania.

Nagrody i wyróżnienia

W konkursie **Listki CSR Polityki** w 2018 r. wyróżniono **10 najlepszych projektów wspierających realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs)**, m.in. program **Harvest** w KFC – działania zapobiegające marnowaniu żywności na dużą skalę w restauracjach KFC – realizowany przez AmRest we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności. Dodatkowo, **w konkursie wyróżniono 4 praktyki, które mogą być inspiracją dla innych firm ze względu na tematykę, skalę lub sposób realizacji, wśród nich program Podziel się dobrym posiłkiem**, organizowany przez Danone Sp. z o.o. we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności.

Ponadto w 2018 r. zakończono współpracę z firmą **Danone** w ramach programu „Podziel się posiłkiem”. W biurze Federacji opracowano dokument „Zasady współpracy Federacji Polskich Banków Żywności z biznesem”, zatwierdzony przez Zarząd FPBŻ.

6. Program Operacyjny Pomoc Żywnościowa

W 2018 roku w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa 2014-2020 realizowane były równolegle następujące działania:

- dystrybucja żywności;
- działania towarzyszące

w okresach

- Podprogram 2017: 01-06.2018
- Podprogram 2018: 08-12.2018

6.1. Dystrybucja żywności

W okresie styczeń - czerwiec 2018, 31 Banków Żywności realizowało dystrybucję żywności w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa Podprogram 2017. W ramach programu Banki Żywności przekazały 23 008 ton żywności dla 749 247 osób, w tym 2 638 767 paczek żywnościowych oraz 900 923 posiłków. Zestaw produktów żywnościowych obejmował m. in : marchewkę z groszkiem, fasolę białą, koncentrat pomidorowy, buraczki wiórki, powidła śliwkowe, makaron jajeczny, makaron kukurydziany bezglutenowy, kasza gryczana, ryż biały, herbatniki, mleko UHT, ser podpuszczkowy dojrzewający, gulasz wieprzowy z warzywami, filet z makreli w oleju, szynkę drobiową, szynkę wieprzową, pasztet wieprzowy cukier biały, olej rzepakowy, kabanosy wieprzowe, miód nektarowy.

W okresie wrzesień – grudzień 2018 r. realizowany był Podprogram 2018, w ramach którego żywność przekazano do 624 614 osób potrzebujących, łącznie 10 366 ton artykułów spożywczych, w tym 1 100 240 paczek żywnościowych oraz 306 663 posiłków. Zestaw produktów żywnościowych obejmował: makaron jajeczny, makaron kukurydziany bezglutenowy, kasza gryczana, ryż biały, herbatniki, mleko UHT, marchewkę z groszkiem, fasolę białą, koncentrat pomidorowy, buraczki wiórki, powidła śliwkowe, gulasz wieprzowy z warzywami, filet z makreli w oleju, szynkę drobiową, szynkę wieprzową, pasztet wieprzowy cukier biały, olej rzepakowy.

Główne działania realizowane w 2018r. w ramach Podprogramów 2017 i 2018, to:

- prowadzenie konsultacji z Bankami Żywności, OPL, interesariuszami (udzielanie wsparcia merytorycznego w zakresie zapisów umowy, wytycznych IZ, zasad działania w Podprogramie 2017 i 2018);
- składanie systematycznych zapytań do KOWR i MRPiPS w kwestii zapisów wytycznych i umowy, stały kontakt przy realizacji POPŻ
- przygotowanie sprawozdań podsumowujących Podprogram 2017;
- przygotowanie i podpisanie umów oraz aneksów do umów z Bankami Żywności w ramach Podprogramu 2018 oraz wzorów umów i aneksów umów do Banków Żywności z OPL;
- przygotowanie pełnej dokumentacji do realizacji Programu oraz ich monitoring;
- monitoring dystrybucji żywności do OPL, dokumentacji dostaw i weryfikacja stanu realizacji wskaźników dystrybucji i działań towarzyszących, koordynacja sprawozdań zgodnie z zapisami umów z KOWR
- koordynacja wypłat do Banków Żywności z tytułu dofinansowania działań administracyjnych, transportu magazynowania i działań towarzyszących,
- wsparcie systemu enova i jego użytkowników w ewidencji i raportowaniu żywności programu POPŻ,

- koordynacja zapotrzebowania związanego z potrzebą przesunięć żywności POPŻ pomiędzy poszczególnymi Bankami Żywności i opracowanie planu przesunięć,
- wyjaśnianie uwag pokontrolnych i przekazywanie informacji o wdrożeniach zaleceń pokontrolnych,
- przeprowadzenie wizyt kontrolnych w 11 Bankach Żywności,
- prowadzenie platformy informacyjnej dla Banków Żywności: www.popz.bankizywnosci.pl;
- udział w spotkaniach w KOWR, MRPiPS dotyczących wytycznych IZ,
- organizacja ogólnopolskiego spotkania informacyjnego dla Banków Żywności;
- uczestnictwo w seminariach i spotkaniach organizowanych przez KOWR;
- wdrożenie systemu sprawozdawczego dla nowych OPL – „MAŁY POMOCNIK”;
- wdrożenie systemu sprawozdawczego dla OPR – „DUZY POMOCNIK”

Narzędzie sprawozdawcze MAŁY POMOCNIK - jako przykład dobrej praktyki realizacji POPŻ Podprogram 2018 został opublikowany w Kompendium dobrych praktyk Komisji Europejskiej wykonanym przez międzynarodową firmę ECORYS.

6.2. Działania towarzyszące

Banki Żywności realizowały 4 rodzaje tematów: warsztaty żywieniowo-dietetyczne, kulinarne, edukacja ekonomiczna oraz niemarnowanie żywności.

W Podprogramie 2017 FPBŻ zrealizowało łącznie 3599 warsztaty, w tym:

- 915 warsztatów żywieniowo dietetyczne dla 13798 osób;
- 1536 warsztatów kulinarnych dla 25375 osób;
- 729 warsztatów z zakresu edukacji ekonomicznej dla 13224 osób;
- 419 warsztatów niemarnowania żywności dla 7481 osób.

łącznie wsparciem objęto 59878 osób, w, tym: 8572 osoby niepełnosprawnych; 1775 osoby bezdomne; 77 migrantów.

W Podprogramie 2018 FPBŻ zrealizowało łącznie 1172 warsztaty, w tym:

- 313 warsztatów żywieniowo dietetyczne dla 4817 osób;
- 520 warsztatów kulinarnych dla 8418 osób;
- 161 warsztatów z zakresu edukacji ekonomicznej dla 3338 osób;
- 178 warsztatów niemarnowania żywności dla 3456 osób.

łącznie wsparciem objęto 20 029 osób, w, tym:

- 3733 osoby niepełnosprawnych;
- 722 osoby bezdomne;
- 44 migrantów.

łącznie w roku kalendarzowym 2018 zrealizowano 4771 warsztatów dla 79907 osób.

7. Rozwój działań edukacyjnych. Upowszechnianie wiedzy z zakresu żywności i żywienia.

7.1. Extra Szkolna Stołówka

„Extra Szkolna Stołówka” to program edukacyjny, którego celem jest polepszenie warunków, w jakich dzieci w szkołach spożywają posiłki, poprzez remont stołówki szkolnej oraz edukację uczniów w

zakresie właściwego gospodarowania żywnością. Organizatorem była firma Unilever Polska właściciel marki Delma. Program był skierowany do szkół podstawowych.

Federacja Polskich Banków Żywności już po raz drugi była partnerem społecznym programu.

Wkład merytoryczny FPBŻ dotyczył przekazania informacji nt. organizacji przerwy obiadowej, warunków estetycznych oraz funkcjonalnych stołówki szkolnej, które będą sprzyjały konsumpcji dań oferowanych przez stołówkę szkolną ze szczególnym uwzględnieniem spożycia owoców i warzyw przez uczniów.

Federacja przygotowała na potrzeby programu autorskie scenariusze warsztatów edukacyjnych z podziałem na 4 grupy wiekowe do pobrania na stronie internetowej programu oraz uczestniczyła w konsultacjach badania „Ocena szkolnych stołówek”. Celem badania było zebranie opinii rodziców na temat stołówek oraz toalet w powszechnych szkołach podstawowych. Badanie realizowane było w okresie 16-31 marca 2018 wśród rodziców uczniów szkół podstawowych na próbie 253.

Działania edukacyjne skierowane do szkół podstawowych, polegały na rekrutacji edukatorów z Banków Żywności (lipiec-sierpień 2018), szkolenie edukatorów (wrzesień 2018), przygotowanie materiałów merytorycznych do realizacji gry edukacyjnej nt. skutków marnowania żywności „I Ty możesz zostać Food-Bohaterem” (wrzesień-październik 2018).

Program „Extra szkolna stołówka” w liczbach:

- Liczba zaangażowanych szkół: 55
- Liczba uczniów uczestniczących w grze terenowej „I Ty możesz zostać Food-Bohaterem”: 5507
- Liczba klas zaangażowanych w działania edukacyjne: 274
- Liczba Banków Żywności zaangażowanych w działania edukacyjne: 26

7.2. Kulinarnie Mocni

W roku 2017/2018 odbyła się III edycja projektu Kulinarnie Mocni. Projekt realizowany jest wspólnie z firmą McCromick Celem projektu jest zwiększenie kompetencji trenerskich i merytorycznych trenerów z Banków, którzy realizują warsztaty kulinarne dla beneficjentów Banków Żywności. Cel szczegółowy to nauka gotowania beneficjentów Banków Żywności z prostych, sezonowych produktów smacznych i zdrowych dań.

Udział w projekcie wzięło 21 trenerów z 12 Banków Żywności, tj. Ciechanów, Elbląg, Gdańsk, Kielce, Konin, Kraków, Nowe Bielice, Olsztyn, Ostrowiec Świętokrzyski, Poznań, Suwałki – Białystok. Liczba warsztatów zrealizowanych lokalnie to 315 warsztatów dla 4 725 osób.

7.3. EkoMisja Nie Marnuję

Federacja Polskich Banków Żywności od lipca 2018 realizuje projekt „EkoMisja Nie Marnuję” (EKOMI), finansowany ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

Celem projektu jest zwiększenie świadomości obywateli, głównie dzieci młodzieży oraz osób dorosłych (rodzice, nauczyciele) na temat skutków ekologicznych marnowania żywności. FPBŻ poprzez działania zaplanowane w projekcie, chce budować proaktywne postawy i zachowania ekologiczne wśród osób dorosłych, dzieci oraz młodzieży. Działania edukacyjne, wspierane będą przez szeroko zasięgową kampanię informacyjno-promocyjną w mediach z wykorzystaniem standardowych i zasięgowych narzędzi komunikacji telewizja, internet, radio oraz kampania bilbordowa/citylightowa.

Działania zaplanowane w projekcie przebiegać będą w dwóch cyklach, w roku 2018/2019 i 2019/2020. Działania podjęte w 2018 roku to:

- **Kampania informacyjno-promocyjna „Marnując żywność, marnujesz planetę”**

Czas trwania kampanii to październik-listopad 2018, kampanię opisano w działaniach budowania marki.

- **Program edukacyjny**

W grudniu 2018 rozpoczęto pracę nad koncepcją działań edukacyjnych projektu EkoMisja Nie Marnuję. Program „EkoMisja Nie Marnuję” jest częścią projektu edukacji ekologicznej o tym samym tytule, dofinansowanego ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Powstał po to, aby podnosić poziom świadomości ekologicznej i kształtować postawy ekologiczne wśród uczniów szkół podstawowych. Projekt zakłada dwie ścieżki dotarcia do uczniów przez edukatorów z Banków Żywności oraz nauczycieli, którzy zainicjują i poprowadzą Szkolne Kluby Niemarnowania.

7.4. Finansowo Silni – Narodowy Bank Polski

W 2018 roku został złożony wniosek do Narodowego Banku Polskiego na projekt dotyczący edukacji ekonomicznej. Celem głównym projektu jest wzrost wiedzy merytorycznej z zakresu ekonomii i kompetencji trenerskich u 20 edukatorów finansowych Banków Żywności oraz wzrost umiejętności zarządzania budżetem domowym u 2000 podopiecznych programu Banków Żywności. Cel projektu zostanie osiągnięty dzięki organizacji zajęć szkoleniowych dla edukatorów oraz warsztatów edukacyjnych dla osób zagrożonych wykluczeniem finansowym w okresie od 11/2018 do 5/2019.

7.5. Od uprawy do potrawy – Tesco Polska

W okresie od Federacja pełniła rolę eksperta merytorycznego III edycji projektu edukacyjnego Tesco na rok szkolny 2018/2019 pod nazwą „Od uprawy do potrawy”. Program miał na celu edukowanie uczniów z klas 1-4 szkół podstawowych z zakresie zdrowego odżywiania, pochodzenia żywności oraz sposób na zapobieganie marnowaniu żywności. Rolą Federacji było zapewnienie pomocy merytorycznej, akceptacja pod kątem merytorycznym materiałów, rozestanie informacji o projekcie do szkół, wsparcie komunikacyjne projektu poprzez narzędzia i kanały komunikacji, rekomendowanie tematów z zakresu marnowania żywności, opracowanie scenariusza gry terenowej „Klub sympatyków Globusia”, którego główną ideą było uświadomienie uczniom problemu marnowania żywności oraz zapobieganie marnotrawstwu.

7.6. Światowy Dzień Żywności

W okresie od kwietnia do września 2018 trwały pracę nad przygotowaniem koncepcji obchodów Światowego Dnia Żywności. W dniu 16 października odbyła się konferencja, którego celem była inauguracja Światowego Dnia Żywności, obchodzonego w całej Polsce za pośrednictwem 31 Banków Żywności lokalnych (opisano w punkcie dot. promocji).

W całej Polsce 22 Banki Żywności zorganizowały 46 wydarzeń, których tematem przewodnim były ekologiczne skutki marnowania żywności. Wydarzenia odbywały się w przestrzeni publicznej, które zaangażowaną lokalne społeczeństwo, szkoły, samorządu i gminy. Były to między innymi konferencje, konkursy, happeningi, warsztaty edukacyjne, konkursy, itd.

8. Zbiórki Żywności

W 2018 roku odbyły się dwie zbiórki żywności: Wielkanocna Zbiórka Żywności i Świąteczna Zbiórka Żywności.

W Wielkanocnej Zbiórce Żywności, organizowanej w dniach 16-17 marca 2018 roku, Banki Żywności w 1865 sklepach w 283 miastach w Polsce i przy zaangażowaniu 23 000 wolontariuszy zebrały 358 882,8 kg żywności. Zebrane produkty trafiły jeszcze przed Świątami do osób najbardziej potrzebujących.

W 2018 roku Wielkanocną Zbiórkę Żywności przeprowadziły 24 Banki Żywności: Bank Żywności we Wrocławiu, Bank Żywności w Częstochowie, Bank Żywności w Elblągu, Bank Żywności w Gorzowie Wielkopolskim, Bank Żywności w Krakowie, Bank Żywności w Lublinie, Bank Żywności w Olsztynie, Bank Żywności w Opolu, Bank Żywności w Płocku, Bank Żywności w Siedlcach, Bank Żywności w Słupsku, Bank Żywności w Tczewie, Fundacja Bank Żywności w Toruniu, Kielecki Bank Żywności, Radomski Bank Żywności, Stowarzyszenie Bank Żywności Suwałki-Białystok, Stowarzyszenie Bank Żywności w Chojnicach, Świętokrzyski Bank Żywności, Bank Żywności w Trójmieście, Związek Stowarzyszeń Bank Żywności Leszno, Śląski Bank Żywności, Wielkopolski Bank Żywności, Bank Żywności w Ciechanowie oraz Piłski Bank Żywności.

W 2018 roku Federacja po raz dwudziesty drugi koordynowała przygotowania i przebieg Świątecznej Zbiórki Żywności. W zbiórce żywności brało udział 31 Banków Żywności zrzeszonych w Federacji Polskich Banków Żywności oraz Bank Żywności im. Jacka Kuronia w Szczecinie (pod patronatem Wielkopolskiego Banku Żywności). Akcja została przeprowadzona w dniach 30 listopada i 1 grudnia (a w sklepach w Warszawie również 2 grudnia) 2018 roku na terenie 2886 sklepów w blisko 600 miejscowościach i przy zaangażowaniu ponad 50 tysięcy wolontariuszy. W punktach handlowych zebrano 759 160 kg żywności.

Federacja koordynowała współpracę z sieciami handlowymi, występowała o przyznanie numeru zbiórki do MSWiA, akceptowała listy sklepów i prowadziła sprawozdawczość dla sieci oraz promocję akcji w sieciach: Auchan, Biedronka, Carrefour, Lidl, Netto, POLOmarket, Stokrotka, Tesco. Mila, Kaufland oraz rozliczała wyniki zbiórki na portalu zbiorki.gov.pl

Szczególne zaangażowanie w organizację zbiórki wykazały sieci:

TESCO- sieć wyprodukowała na swój koszt materiały promujące zbiórkę oraz przekazała Bankom Żywności kwotę 79 472,52 złotych, która stanowiła równowartość 20% żywności zebranej w trakcie zbiórki w sklepach Tesco.

LIDL- sieć wsparła Banki Żywności kwotą 122 500 złotych oraz wyprodukowała materiały promocyjne zbiórki w swoich sklepach (plakaty, fartuchy na kosze zbiórkowe, komunikat głosowy). Środki przekazane przez sieć handlową Lidl miały wspomóc działania Banków Żywności w zwiększaniu ilości sklepów Lidl biorących udział w zbiórce.

Kaufland - sieć wyprodukowała na własny koszt materiały promocyjne zbiórki do swoich sklepów.

Ponadto 8 Banków Żywności (Kielecki Bank Żywności, Bank Żywności w Toruniu, Bank Żywności Suwałki- Białystok, Bank Żywności w Koninie, Radomski Bank Żywności, Bank Żywności w Trójmieście, Bank Żywności w Chojnicach) w różnych terminach we wrześniu i w październiku przeprowadziły lokalne zbiórki żywności. Odbyły się one w 228 sklepach wybranych sieci handlowych i zebrano w nich łącznie 53 706,946 kg żywności.

Federacja wsparła działania Banków w zakresie organizacji tych zbiórek uzyskaniem zgód od sieci handlowych na przeprowadzenie akcji zbiórkowej.

9. Realizacja projektu „PROM”

Od połowy 2018 FPBŻ jako Lider Konsorcjum realizuje trwający 36 miesięcy projekt partnerski pt. „Opracowanie systemu monitorowania marnowanej żywności i efektywnego programu racjonalizacji strat i ograniczania marnotrawstwa żywności”. Partnerzy Federacji w tym projekcie to: Instytut Ochrony Środowiska, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa oraz Polskie Towarzystwo Technologów Żywności. PROM zakłada m.in. przeprowadzanie nowych badań w Polsce odzwierciedlających faktyczny stan zjawiska marnowania żywności. Dzięki tym badaniom uzyskamy aktualne dane dotyczące, nie tylko skali marnowanej żywności, ale również konkretne informacje, jakie straty generują poszczególne etapy łańcucha żywności: rolnictwo, produkcja, gastronomia, handel i konsumpcja.

W drugiej połowie roku 2018 roku w ramach projektu FPBŻ:

- przygotowano projektowe materiały promocyjne, w tym logotyp projektu wraz z księgą znaku PROM, plakat, ulotkę, rollup, baner internetowy, papier firmowy oraz zlecono wykonanie strony internetowej projektu.
- utworzono wewnętrzną strukturę zarządzania w ramach konsorcjum i podpisano umowy z konsorcjantami.
- zaprezentowano projekt na konferencji „Innowacyjne rozwiązania dla polskiego rolnictwa” (listopad).
- w zakresie zarządzania projektem na poziomie Konsorcjum organizowano w siedzibie FPBŻ spotkania Komitetu Sterującego oraz koordynowano działania poszczególnych Partnerów w projekcie jako całości.
- mapowano interesariuszy projektu przez przedstawicieli Konsorcjum projektu
- prowadzono konsultacje z interesariuszami projektu (m innymi POHiD).
- w ramach działań merytorycznych określonych dla FPBŻ opracowano założenia, kryteria i wymagania dotyczące wyboru wykonawców zewnętrznych usług zleczanych w projekcie zgodnie z obowiązującymi regulacjami oraz celem projektu, w tym wykonano dokumentację ogłoszenia o zamówieniu na dostawę narzędzia elektronicznego i wykonanie raportu końcowego z badania ilościowego 500-1500 organizacji pozarządowych współpracujących z 31 Bankami Żywności w kraju. Opracowano także wstępny projekt ogłoszenia o zamówieniu na wykonanie analizy funkcjonujących systemów dotyczących darowizn żywności w krajach UE a także zamówienia na dostawę konkretnych usług IT.

10. Inne projekty

10.1 Projekt Interreg Strefowa

STREFOWA – *Strategies to Reduce and Manage Food Waste in Central Europe*, to międzynarodowy projekt, w który angażuje się 10 partnerów z 5 krajów Europy Środkowej (Austria, Czechy, Węgry, Włochy i Polska). Podejmują oni różnorakie działania, mające na celu zredukowanie ilości wytwarzanych odpadów żywnościowych i zagospodarowanie tych, które powstały. Działania te obejmują cały łańcuch przetwarzania żywności od pola do stołu (np. rolników, sklepy, hotele, konsumentów indywidualnych) i mają różnoraki charakter – prowadzone są badania pilotażowe,

opracowywanie wytyczne i tworzona jest międzynarodowa sieć współpracy interesariuszy. W 2018 roku FPBŻ zaangażowana była między innymi w:

- konsultacje przewodnika adresowanego do sieci handlowych dot. m.in. przeciwdziałaniu marnotrawstwu żywności;
- przygotowanie informacji prasowej i promocję dot. konkursu dla szkół „Education Award”;
- promocję działań projektowych na stronie www.bankizywnosci.pl

W projekcie Interreg STREFOWA Federacja Polskich Banków Żywności wspiera jako działania pilotażowe w projekcie odbiór przez Banki Żywności darowizn z sieci handlowych wymagających zachowania ciągłości łańcucha chłodniczego. W ramach projektu STREFOWA przekazano na rzecz Banków Żywności łącznie budżet w wysokości blisko 50 tys. zł.

Banki Żywności w 2018 roku otrzymały również 17 102 zł wsparcia na częściowe pokrycie kosztów paliwa związanych z odbiorami nadwyżek żywności z sieci handlowych, które przekazują asortyment żywności wymagający transportu chłodniczego. Wsparciem zostało objętych 503 sklepów obsługiwanych przez 29 Banków Żywności.

10.2 Projekt z Funduszy Wyszehradzkich: Good Idea of prevention food, how to cooperate with supermarket chains more effective 2017-2018.

Projekt międzynarodowy w partnerstwie z Czeską Federacją Banków Żywności, Bankiem Żywności na Słowacji i Węgierskim Bankiem Żywności. Projekt miał na celu wymianę doświadczeń w zakresie współpracy z sieciami handlowymi, tworzeniem i wspieraniem sieci organizacji partnerskich przy Banku Żywności odbierających świeżą żywność z supermarketów.

W 2018 roku odbyły się 3 wizyty studyjne – w Banku Żywności na Słowacji (styczeń 2018), Banku Żywności na Węgrzech (maj 2018) oraz Banku Żywności w Czechach (wrzesień 2017). Wzięły w nich udział przedstawiciele: Słowacja - BŻ w Trójmieście, BŻ w Ciechanowie, Węgry – BŻ w Trójmieście, BŻ w Słupsku, BŻSOS w Warszawie, BŻ w Ciechanowie, Czechy: BŻ w Trójmieście, BŻ we Wrocławiu. Została też opracowana e-publicacja zbierająca dobre praktyki z 4 krajów wydana w trzech wersjach językowych: po polsku, po angielsku i po czesko-słowacku.

Projekt zakończył się 15.11.2018 roku. Po zrealizowaniu projektu miał miejsce jego audyt, jako że był to wymóg instytucji grantodawczej. Projekt został rozliczony przez grantodawcę.

Budżet: 16 000 euro VF oraz 26 200 zł dotacja Tesco.

10.1. Projekt partnerski ze środków Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

Kontynuowano realizację projektu POWER pt. „Chcemy mieć wpływ! Wysokie kompetencje partnerów społecznych i organizacji pozarządowych – krok ku bardziej inkluzywnym procesom stanowienia prawa”, zaplanowany na lata 2017-2019. FPBŻ jest partnerem projektu. Wśród działań są szkolenia z tematów prawa, finansów i bezpieczeństwa żywności realizowane dla organizacji partnerskich BŻ w Warszawie, Radomiu, Ciechanowie, Poznaniu, Gorzowie Wlkp. Trójmieście, Słupsku, Olsztynie, Krakowie i Ostrowcu Świętokrzyskim oraz doradztwo dla tych organizacji. W 2019 roku odbędą się 3 cykle 3 dwudniowych szkoleń z tematów takich jak stanowienie prawa, negocjacje, prawo a finanse organizacji.

W 2018 odbyło się 8 2dniowych szkoleń w Radomiu (termin 22-23.02), Redzie (termin 1-2.03), Grzowie Wlkp. (13-14.04), Ostrowcu Świętokrzyskim (28-29.05), Warszawie (), Olsztynie (), Poznaniu (), Krakowie (), w poszczególnych szkoleniach wzięło udział po 15-20 w każdym, byli to przedstawiciele Banków Żywności i organizacji partnerskich. Szkolenia dotyczyły praw i obowiązków ngo (m.in. RODO), bezpieczeństwa żywności, w niektórych przypadkach prawa pracy. Ostateczny zakres szkolenia był ustalany z organizującym szkolenie BŻ.

Okres realizacji projektu: 2017-2019

11. Konkursy

11.1 Konkurs Podziel się Dobrym Posiłkiem

W 2018 roku miała miejsce kontynuacja programu Podziel się dobrym posiłkiem, który polegał na wspieraniu w dożywianiu dzieci 40 świetlic wybranych w 2017 roku w konkursie). Projekt został zrealizowany w partnerstwie z firmą Danone. We wspieranie świetlic zaangażowanych było 7 BŻ (Śląski BŻ, BŻ Suwałki-Białystok, BŻ w Krakowie, Kielcach, Gdańsku, Olsztynie i Warszawie). Program zakończył się w sierpniu i został rozliczony na początku października.

11.2 Konkurs Grantowy „Bezpieczna Żywność” 2018

W 2018 roku po raz 15 przeprowadzono Konkurs grantowy dla Banków Żywności. Dotacje przyznano w dwóch kategoriach mały grant do 10 000 zł oraz grant specjalny (na remont magazynu) w wysokości 10 000 zł.

Na rzecz Banków Żywności zrzeszonych w Federacji przeznaczono kwotę dotacji w wysokości 101 000zł, na które składały się darowizny otrzymane od firm TESCO (66 000 zł), AmRest (15 000) i firmy Cargill (20 000 zł)

Dodatkowo w ramach konkursu można się było ubiegać o darowiznę rzeczową w postaci 2 lodówek firmy Amica wolnostojących z filtrem fresh-on.

Przyznano 12 dotacji dla BŻ: Ciechanów, Kielce, Grudziądz, Kraków, Poznań, Gdańsk, Suwałki-Białystok, Kraków, Łódź, Piła., Opole, Olsztyn, Toruń.

3 Banki przeniosły realizację zadań na 2019 rok, reszta rozliczyła się w 2018.

12. Inne działania

- **Szkolenia BŻ (poza działaniami w ramach projektów)**

Została zakończona **I Akademia Fundraisingu Banków Żywności**. W Akademii wzięło udział 8 BŻ. Akademia składała się z 4 szkoleń, ostatnie odbyło się w styczniu 2018 a temat tworzenia planu fundraisingowego.

Przeprowadzono dwa szkolenia z obsługi programu Enova dla pracowników Banków Żywności, w których uczestniczyło łącznie 13 osób.

Przeprowadzono szkolenie na temat składania wniosków w ramach konkursu infrastrukturalnego NFOŚiGW (16 listopada), wzięło w nim udział ponad 10 BŻ.

- **Rzecznictwo i reprezentowanie**

W 2018 roku przedstawiciele Zarządu i biura Federacji uczestniczyli w działaniach rzeczniczych na forum, m.in.: Rady Działalności Pożytku Publicznego, Parlamentarnego Zespołu ds. Współpracy z Organizacjami Pozarządowymi, Polskiego Komitetu EAPN (Europejska Sieć Przeciwdziałania Ubóstwu), WRZOS – Wspólnoty Roboczej Związków organizacji Socjalnych, Polskiej Federacji Producentów Żywności, Zespołu Doradczego POPŻ w MRPiPS, FEAD Network, Rady ds. zrównoważonego wykorzystania żywności, Komisji PFPŻ ZP ds. żywienia, MRPiPS – zespół ds. społecznych, Kancelarii Prezydenta RP – III edycja nagrody Prezydenta RP „Dla Dobra Wspólnego”, FEBA UE Wroking Group, Europejskiej Federacji Banków Żywności (FEBA), udział w Zarządzie FEBA oraz Walnym Zebraniu w Budapeszcie (24-25.05.2018)

Jednym z kluczowych obszarów pracy rzeczniczej było zaangażowanie w prace nad tworzeniem ustawy przeciwdziałającej marnowaniu żywności. W roku 2018 przedstawiciele FPBŻ uczestniczyli w pracach podkomisji nadzwyczajnej rozpatrującej senacki projekt ustawy dotyczącej przeciwdziałaniu marnowania żywności (9.05, 02.10.2018).

- **Biuro Federacji**

W 2018 roku w biurze Federacji średnio zatrudnionych było 15 osób na następujących stanowiskach: dyrektor biura, dyrektorka ds. rozwoju, dyrektorka ds. badań i rzecznictwa, asystent dyrektora, specjalista ds. PR i mediów społecznościowych, specjalista ds. promocji, fundraiser, specjalista ds. obsługi administracyjnej Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa, koordynator ds. współpracy z biznesem, koordynator ds. logistyki darowizn i ewidencji żywności, specjalistka ds. zbiorów żywności, specjalistka ds. rozwoju sieci organizacji partnerskich, koordynatorka działań towarzyszących POPŻ i ds. programów edukacji żywnościowej, koordynatorka ds. darowizn żywności z sieci handlowych, specjalista ds. rozliczeń, kierownik konsorcjum projektu PROM, koordynator projektu PROM.

W okresie luty-kwiecień 2018 odbył się, zakończony pozytywną oceną, audyt finansowy Federacji za rok 2017 przeprowadzony przez firmę PWC.

- **Zarząd Federacji i Walne Zebranie**

W 2018r. odbyło się 9 posiedzeń Zarządu poświęconych analizie bieżących wydarzeń oraz rozstrzyganiu spraw kluczowych, jak podział środków otrzymanych w ramach dotacji, podział żywności, opracowanie dokumentów programowych. Jedno z posiedzeń było całkowicie poświęcone omówieniu kwestii POPŻ i strategii działań na rzecz utrzymania programu i jakości jego realizacji. Zarząd podejmował uchwały w zakresie pracy biura, wsparcia dla BŻ, reprezentowania FPBŻ w innych organizacjach i instytucjach. W 2018r. Zarząd zgłosił do udziału w Zarządzie Europejskiej Federacji Polskich Banków Żywności Małgorzatę Lelonkiewicz, Sekretarza Zarządu. Walne Zebranie Europejskiej Federacji Banków Żywności w maju 2018 wybrało przedstawiciela FPBŻ do 9 osobowego składu Zarządu FEBA. Zarząd

powołał też zespół statutowy do przygotowania propozycji zmian w Statucie FPBZ na Walne Zebranie w 2019r.

W dniu 17 maja 2018 w Warszawie odbyło się Walne Zebrania Członków Federacji Polskich Banków Żywności. 26 Delegatów z Banków Żywności zrzeszonych w Federacji udzieliło absolutorium Komisji Rewizyjnej i Zarządowi oraz zatwierdziło przygotowane przez Zarząd Federacji Polskich Banków Żywności dokumenty planistyczne na rok 2018.

Sprawozdanie Zatwierdził: Zarząd FPBZ w dniu 15.04.2019.