

W TROSCIE O ŻYWNOŚĆ

WSPÓŁPRACA BANKÓW ŻYWNOŚCI Z SIECIAMI HANDLOWYMI
Z POLSKI, CZECH, SŁOWACJI, WĘGIER



•
• Visegrad Fund

Banki Żywności 

TESCO

SPIIS TREŚCI:

1. Krótko o projekcie	3
2. Zamiast do kosza. Od pola do stołu - na jakim etapie Marnuje się żywność?.....	5
3. Dobre praktyki	10
Ustawodawstwo.....	10
Rozwiązania IT	15
Współpraca z sieciami.....	27
Współpraca z organizacjami	33
Sklepy społeczne	49

KRÓTKO O PROJEKCIE

„Bank pomysłów, jak współpracować z sieciami handlowymi bardziej efektywnie” to projekt realizowany przez Banki Żywności z czterech krajów tworzących tzw. grupę Wyszehradzką – Polski, Republiki Czeskiej, Słowacji i Węgier. W każdym z tych krajów działają Banki Żywności, podobnie zresztą jak w wielu krajach Europy i na świecie. Jednak poza misją związaną z ratowaniem żywności zagrożonej zmarnowaniem i przekazywaniem jej osobom potrzebującym wspólną dla wszystkich Banków Żywności – kraje te łączy coś więcej.

Z jednej strony łączy je wspólna historia związana z przynależnością do tzw. bloku wschodniego. Warunkuje to pewne wzorce zachowań oraz porównywalny poziom rozwoju gospodarczego.

Z drugiej strony wiele sieci handlowych stosuje jedną strategię rozwoju na kraje Europy Środkowo-Wschodniej, a w ramach niej – wspólną strategię współpracy z Bankami Żywności.

Tak więc te cztery kraje zostały wybrane nieprzypadkowo – łączą je zarówno wspólna historia, jak i warunki współpracy z sieciami handlowymi. Wychodząc z tego założenia – postanowiliśmy rozpocząć współpracę, która miała na celu porównanie działania Banków Żywności w czterech krajach, identyfikację i wymianę dobrych praktyk w zakresie współpracy z sieciami handlowymi przy przekazywaniu nadwyżek żywności na cele społeczne oraz tworzenia sieci organizacji pozarządowych i instytucji społecznych, które wydają tę żywność osobom potrzebującym lub przygotowują z niej posiłki w ramach żywienia zbiorowego.

Efektami projektu jest zorganizowanie czterech wizyt studyjnych: w Polsce (październik 2017), na Słowacji (styczeń 2018), w Budapeszcie (maj 2018) i w Republice Czeskiej (wrzesień 2018). Podczas tych wizyt uczestnicy poznawali wypracowane rozwiązania we współpracy z sieciami handlowymi, porównywali sieci, z jakimi w danym kraju współpracują Banki Żywności, szczegóły tej współpracy oraz specyfikę lokalnych sieci organizacji, komunikację z organizacjami, wypracowane ułatwienia obiegu dokumentów związanych z darowiznami żywności z wykorzystaniem systemów IT, ale także innowacyjne sposoby na wydawanie żywności, takie jak sklepy społeczne.

KRÓTKO O PROJEKCIE

Doświadczenia te zostały zebrane w e-publikacji, która powstała w trzech wersjach językowych: angielskiej, polskiej oraz czesko-słowackiej. Będą one upowszechnione zarówno w krajowych sieciach wśród Banków Żywności zrzeszonych w polskiej i czeskiej federacji, jak i poprzez Federation of European Food Bank (FEBA) – wśród pozostałych Banków Europejskich.

Projekt został sfinansowany z Funduszy Wyszehradzkich przy wsparciu finansowym przekazanym przez Tesco, za co ogromnie dziękujemy.

Zapraszamy do lektury!

ZAMIAST DO KOSZA

OD POLA DO STOŁU – NA JAKIM ETAPIE MARNUJE SIĘ ŻYWNOSĆ?

Na pewnym poziomie ogólności proces produkcji i sprzedaży żywności można sprowadzić do kilku podstawowych etapów:

- 1** 1.Produkcja żywności - uprawa warzyw/owoców, hodowla zwierząt itp.
- 2** 1.Przetwórstwo - obróbka i przetworzenie surowców na gotowe produkty (np. owoców na dżem)
- 3** 1.Sprzedaż - gotowe produkty trafiają do sklepów, gdzie są kupowane przez klientów
- 4** 1.Konsumpcja - żywność jest spożywana przez klientów

Na każdym z tych etapów dochodzi do marnowania żywności:

- 1** Produkcja - część warzyw/owoców np. nie jest zbierana z pól ze względów gospodarczych lub technicznych (zbyt niskie ceny skupu, przestrzeń pól trudno dostępna dla maszyn rolniczych).
- 2** Przetwórstwo - marnowane są produkty uznawane za niepełnowartościowe (np. niepożądany rozmiar warzywa), zepsute ze względu na nieprawidłowe przechowywanie/warunki transportu itp.
- 3** Dystrybucja żywności i sprzedaż – marnowane są m.in. produkty wycofywane ze sprzedaży ze względu na nieprawidłowe oznakowanie; zbyt duże zasoby danego produktu powodują, że jest on na stanie sklepu w momencie upływu daty ważności.
- 4** Konsumpcja - produkty marnują się m.in. ze względu na niewłaściwie przechowywanie, zbyt dużą ilość lub niezgodność z upodobaniami konsumentów (np. niewłaściwy smak).

ZAMIAST DO KOSZA

OD POLA DO STOŁU – NA JAKIM ETAPIE MARNUJE SIĘ ŻYWNOSĆ?

Współpraca Banków Żywności z sieciami handlowymi pozwala na ograniczenie marnowania przede wszystkim na etapie dystrybucji żywności i sprzedaży. Produkty pełnowartościowe, które nie mogą zostać sprzedane ze względu np. na błędne oznakowanie na opakowaniu, mogą zostać przekazane do Banku Żywności, który rozdystrybuuje dany produkt. Banki mają także dobrze opracowany system logistyczny i infrastrukturę przystosowaną do odbiorów i dystrybucji produktów z krótkimi terminami ważności. Sieci handlowe unikają dzięki temu ryzyka, że dana żywność przeterminuje się w sklepie i będzie musiała zostać poddana utylizacji na koszt sieci.

Niektóre sieci handlowe mają także wewnętrzną politykę sprzedażową wspierającą ograniczanie marnowania żywności. Produkty z krótkim terminem ważności są więc sprzedawane w niższych cenach. Coraz popularniejszą praktyką jest też sprzedaż „brzydkich” warzyw i owoców – pełnowartościowych produktów rolnych, które jednak w towarzystwie innych, bardziej atrakcyjnych wizualnie produktów mogłyby zostać uznane za zbyt małe, zbyt duże lub pod innym względem mniej pożądane. W ten sposób sieci handlowe mają wpływ zarówno na ograniczenie marnowania na etapie produkcji lub przetwórstwa, jak i na końcowym etapie zakupu i konsumpcji.

Ze specyfiki handlu żywnością w sieciach handlowych wynika, że pewna część towaru może ulec zmarnowaniu. Produkty, którym upłynął termin przydatności do spożycia, są usuwane ze sprzedaży i utylizowane, co generuje większe koszty, zarówno finansowe, jak i ekologiczne. Utylizacja towaru wiąże się z dodatkową opłatą, ponadto zmarnowane zostają takie zasoby, jak np. paliwo, czy woda zużyta na każdym z etapów produkcji. Przekazywanie produktów spożywczych do instytucji takich jak Banki Żywności pozwala nie tylko na zminimalizowanie kosztów (sieci unikają w tym przypadku niepotrzebnego zajmowania przestrzeni magazynowej czy dodatkowych opłat za utylizację), ale także wiąże się z możliwością odliczenia podatku VAT za towar przekazany na rzecz organizacji pożytku publicznego

ZAMIAST DO KOSZA

OD POLA DO STOŁU – NA JAKIM ETAPIE MARNUJE SIĘ ŻYWNOSĆ?

(w przypadku Polski) lub na rzecz organizacji non profit (w przypadku Węgier, Słowacji, Czech), co dla dużych podmiotów handlowych jest wymierną korzyścią. Dodatkową zaletą takiej praktyki jest możliwość kreowania wizerunku sieci jako przedsiębiorstwa odpowiedzialnego ekologicznie i społecznie (Corporate Social Responsibility).

Dzięki współpracy z Bankami Żywności sieci handlowe mogą w łatwy, wiarygodny i długotrwały sposób przekazywać darowizny żywnościowe. Banki jako podmioty pełnią rolę pośredników pomiędzy sklepami a organizacjami charytatywnymi, które przekazują żywność bezpośrednio osobom potrzebującym lub używają ją do zbiorowego, charytatywnego żywienia. Dostarczają one dokumenty księgowe i magazynowe Bankom Żywności, mogą także być włączone w odbieranie żywności, jej przechowywanie, jeśli dysponują własnym transportem lub przestrzenią magazynową. Jednak procent organizacji posiadających odpowiednie warunki do magazynowania żywności i środki transportu spełniające wymogi techniczne i sanitarne jest na tyle mały, że większość darowizn Banki Żywności dystrybuują do lokalnych organizacji korzystając ze swoich samochodów dostawczych, wyposażonych w chłodziarki lub mroźnie jeśli towar tego wymaga.

W sytuacjach, gdy organizacja partnerska Banku Żywności dysponuje własnym środkiem transportu dostosowanym do przewozu produktów spożywczych, możliwe jest aktywne pośrednictwo w procesie odbiorów żywności. Bank pełni wówczas funkcję jednostki odpowiedzialnej za przepływ dokumentów – przyjąć i wydać magazynowych, spoczywa na nim także obowiązek sprawozdawczy oraz konieczność kontroli prawidłowości procesu odbioru. W tym celu prowadzone są np. audyty dokumentacji oraz monitoringi odbiorów żywności z sieci handlowych.

ZAMIAST DO KOSZA

OD POLA DO STOŁU – NA JAKIM ETAPIE MARNUJE SIĘ ŻYWNOSĆ?

Rozwój współpracy Banków Żywności z sieciami handlowymi (Czechy, Polska, Słowacja, Węgry)

CZECHY

Czeska Federacja Banków Żywności współpracuje obecnie z 10 sieciami super- i hipermarketów: Tesco, Albert, Makro, Globus, Coop, Kaufland, Globus, Penny, Lidl, Norma i Billa. Sklepy każdej z sieci przekazują żywność do lokalnych Banków Żywności regularnie w ciągu tygodnia roboczego. Odbiory darowizn ze sklepów prowadzone są przez Banki Żywności lub bezpośrednio przez organizacje partnerskie.

Oprócz odbiorów ze sklepów niektóre z sieci przekazują także Bankom żywność ze swoich centrów dystrybucyjnych.

Od roku 2018 w Czechach obowiązuje ustawa o zapobieganiu marnowaniu żywności, która nakłada na sklepy wielkopowierzchniowe obowiązek przekazywania żywności z krótkim terminem ważności na rzecz organizacji charytatywnych.

SŁOWACJA

Słowacki Bank Żywności współpracuje obecnie z 5 sieciami super- i hipermarketów: Tesco, Lidl, Makro, Jednota, Kaufland i Terno.

Sklepy każdej z sieci przekazują żywność z ustalonych wcześniej kategorii, np. Jednota – nabiał i dania gotowe, Tesco – warzywa, owoce i pieczywo. Odbiory odbywają się w ustalonych dniach lub po otrzymaniu informacji o przygotowanej darowiźnie. Odbiory darowizn ze sklepów prowadzone są przez Banki Żywności lub bezpośrednio przez organizacje partnerskie.

Według słowackiego prawa, w przypadku działalności charytatywnej możliwa jest dystrybucja żywności po przekroczeniu daty minimalnej trwałości.

ZAMIAST DO KOSZA

OD POLA DO STOŁU – NA JAKIM ETAPIE MARNUJE SIĘ ŻYWNOSĆ?

WĘGRY

Węgierski Bank Żywności współpracuje obecnie z 5 sieciami super- i hipermarketów: Tesco, Auchan, Makro, Aldi i Penny.

Sklepy każdej z sieci przekazują żywność z ustalonych wcześniej kategorii. Odbiory odbywają się w ustalonych dniach lub po otrzymaniu informacji o przygotowanej darowiźnie. Odbiory darowizn ze sklepów prowadzone są przez Bank Żywności lub bezpośrednio przez organizacje partnerskie. Część darowizn trafia do centralnego magazynu w Budapeszcie, skąd odbierana jest przez organizacje.

POLSKA

Federacja Polskich Banków Żywności współpracuje obecnie z 5 sieciami super- i hipermarketów: Tesco, Makro, Auchan, Biedronka i Carrefour.

Sklepy każdej z sieci przekazują żywność z ustalonych wcześniej kategorii. Odbiory odbywają się w ustalonych dniach lub po otrzymaniu informacji o przygotowanej darowiźnie. Odbiory darowizn ze sklepów prowadzone są przez Bank Żywności lub bezpośrednio przez organizacje partnerskie.



KRAJ: Republika Czeska

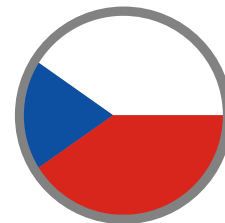
NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Czeska Federacja Banków Żywności

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI

Współpraca ze sklepami sieci handlowych w zakresie darowizn żywnościowych

KONTEKST: Jaki był powód wdrożenia rozwiązania? Jaki problem rozwiązuje?

Przekazywanie przez sieci handlowe niesprzedanej, ale pełnowartościowej żywności w postaci darowizn było w Czechach do końca 2017 roku dobrowolne. Wiele sklepów wolało jednak wyrzucać żywność zamiast darować ją Bankom Żywności, które z pomocą organizacji charytatywnych przekazywały ją osobom potrzebującym. Nieliczne wprowadziły jako główny element strategii społecznej odpowiedzialności biznesu przekazywanie darowizn żywnościowych, polepszając tym samym własny PR. Sieć sklepów



przekazujących żywność była jednak bardzo ograniczona, a darowizny rozkładały się nierównomiernie w regionach. Zmiana legislacyjna, która zobligowała sprzedawców do ofiarowania niesprzedanej, ale pełnowartościowej żywności Bankom Żywności i organizacjom charytatywnym, spowodowała wzrost ilości uratowanej i przekazanej żywności.

CELE:

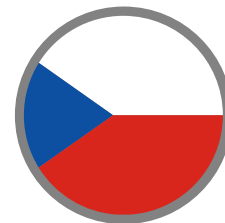
- Zaangażować większą liczbę sprzedawców w przekazywanie darowizn żywnościowych.
- Uratować jak największą ilość niesprzedanej, ale pełnowartościowej żywności.
- Polepszyć współpracę Banków Żywności ze sklepami sieci handlowych.
- Rozpowszechnić wiedzę na temat marnotrawienia żywności.

OPIS: Jak to działa? Jak wiele ludzi jest zaangażowanych? Komu służy rozwiązanie?

Brzmienie ustawy o żywności i wyrobach tytoniowych nr 110/1997 § 11 (wraz ze zmianą z 1 stycznia 2018 roku), nakazującej sprzedawcom żywności przekazywanie jej organizacjom charytatywnym:

Podmiot prowadzący przedsiębiorstwo spożywcze zarządzający zakładem o powierzchni handlowej przekraczającej 400 m² jest zobowiązany do dostarczenia produktów żywnościowych, niespełniających wymogów ustanowionych w niniejszej ustawie lub bezpośrednio stosowanym unijnym rozporządzeniu dotyczącym prawa żywnościowego, bezpiecznych dla organizacji charytatywnych odbierających żywność w formie nieodpłatnej, przechowujących i przekazujących ją do humanitarnych lub charytatywnych organizacji zapewniających wsparcie żywieniowe w ramach świadczonej pomocy społecznej. Organizacje, o których mowa zostaną wyznaczone przez Ministerstwo na podstawie decyzji administracyjnej. Żywność przeznaczona dla klientów pomocy społecznej musi być przekazana nieodpłatnie*.”

Przed wejściem w życie ustawy Ministerstwo Rolnictwa wydało rozporządzenie wraz z wykazem organizacji upoważnionych do odbiorów niesprzedanej żywności. W rozporządzeniu zaleca się, aby sprzedawcy zawarli porozumienie z przynajmniej jedną



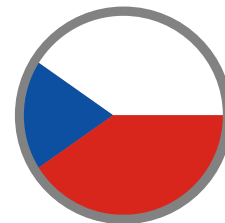
z upoważnionych organizacji. Upoważnionymi odbiorcami są Banki Żywności i inne organizacje charytatywne spełniające wymagania w zakresie dystrybucji i przechowywania żywności. Zazwyczaj porozumienia te obejmują krajową centralę danej sieci handlowej i Czeską Federację Banków Żywności. Lokalne Banki Żywności nie podpisują osobnych umów z siecią, a jedynie z poszczególnymi sklepami.

Pod koniec 2017 roku, na krótko przed wejściem w życie nowelizacji, Czeska Federacja Banków Żywności prowadziła negocjacje z Unią Handlu i Turystyki, zrzeszającą większość sprzedawców żywności. Wspólnie uzgodniono zasady przekazywania obowiązkowych darowizn żywnościowych oraz przykładowy wzór porozumienia pomiędzy sprzedawcą a podmiotem upoważnionym do odbiorów. Zdefiniowano też pojęcie „żywność nadająca się do przekazania”.

Przepisy dotyczą żywności z długim terminem przydatności do spożycia i niskim ryzykiem uszkodzenia, a także żywności świeżej, w tym owoców i warzyw. Niemożliwe jest przekazanie alkoholu, żywności w uszkodzonym opakowaniu, przeterminowanej lub żywności i napojów z innymi oczywistymi wadami lub widocznymi zmianami / uszkodzeniami mogącymi wpłynąć na ich bezpieczeństwo. Dotyczy to również pieczywa oraz warzyw i owoców uszkodzonych w większej niż 20% ilości.

W dalszej części zasady opisują proces przekazywania żywności. Sprzedawca detaliczny i upoważniony do odbiorów podmiot indywidualnie ustalają warunki i częstotliwość odbiorów w każdej z lokalizacji. Świeża żywność może być przekazywana codziennie lub określonego dnia. Żywność z długim terminem przydatności do spożycia jest zazwyczaj przekazywana raz na miesiąc, zgodnie z określoną umową lub na podstawie bieżącej sytuacji lokalnego sklepu lub centrum dystrybucji. Za logistykę odbiorów odpowiadają odbiorcy żywności. Zobowiązano ich do rejestrowania ilości przekazywanej żywności według artykułów. Następnie dane, w uzgodnionej formie i określonych terminach, są przekazywane sprzedawcom.

W dalszej części zasady opisują proces przekazywania żywności. Sprzedawca detaliczny i upoważniony do odbiorów podmiot indywidualnie ustalają warunki i częstotliwość odbiorów w każdej z lokalizacji. Świeża żywność może być przekazywana codziennie lub określonego dnia. Żywność z długim terminem przydatności do spożycia jest zazwyczaj przekazywana raz na miesiąc, zgodnie z określoną umową lub na podstawie bieżącej sytuacji lokalnego sklepu lub centrum dystrybucji. Za logistykę odbiorów odpowiadają odbiorcy żywności. Zobowiązano ich do rejestrowania ilości przekazywanej żywności według artykułów. Następnie dane, w uzgodnionej formie i określonych terminach, są przekazywane sprzedawcom.



Zgodnie z nowelizacją odbiorcy mają prawo odmówić przyjęcia darowizny. Odmowa musi nastąpić w formie pisemnej, niezależnie od rodzaju przekazywanej żywności. Musi zostać podany powód odmowy. W celu zapewnienia skutecznego działania uzgodniono, że każdy z Banków Żywności zawrze samodzielnie umowy ze sklepami niezależnie od tego, czy będzie otrzymywał z nich żywność. Niewystarczająca pojemność magazynów lokalnych Banków Żywności była jedną z głównych barier.

Prawo odmowy przyjęcia przekazywanej żywności ze względu na poważne wady (towar po terminie, uszkodzone opakowanie, widoczne poważne zmiany organoleptyczne itp.) posiada również beneficjent ostateczny. Sytuacje odmowy należy odnotowywać w dokumentach przekazania.

** Tekst przetłumaczony został z języka angielskiego i nie powinien stanowić podstawy w stosowaniu wykładni. Zachęcamy do zapoznania się z aktem sporządzonym w języku czeskim.*

Nowelizacja Ustawy o żywności weszła w życie 1 stycznia 2018 roku. Większość sprzedawców była już na nią przygotowana, pozostali przedsiębiorcy wdrożyli przepisy w ciągu pierwszych 6 miesięcy 2018 roku. W procesie wdrażania ustawy uczestniczyły wszystkie Banki Żywności oraz sprzedawcy.

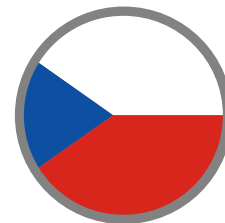
EFEKTY:

Sklepy umożliwiają przekazanie darowizny z uratowanej żywności, która w przeciwnym razie zostałaby wyrzucona. Pomagają ludziom w potrzebie, organizacjom charytatywnym oraz pozarządowym. Przyczyniają się do włączenia społecznych beneficjentów ostatecznych. Poprawiają współpracę darczyńców, gmin i organizacji pozarządowych.

- A** **Pozytywne:**
Profesjonalizacja Banków Żywności, większa ilość żywności dla osób potrzebujących, polepszone relacje z darczyńcami (siecią marketów), wdrożenie procesu przekazywania darowizn ze wszystkich sieci marketów, wzrost liczby beneficjentów, większa zmienność produktów, lepszy PR i marketing w zakresie niemarnowania żywności.
- B** **Negatywne:**
Wzrost kosztów (HR, logistyka, magazynowanie), nieprzygotowane Banki Żywności, mniejsze potrzeby w ramach programu pomocy żywnościowej FEAD, brak całościowej koncepcji rozwoju odbioru żywności, problemy prawne i ograniczenia, niewłączenie mniejszych marketów, wątpliwości dotyczące potrzeb kontynuowania zbiórek żywności.

DOBRA PRAKTYKA

USTAWODAWSTWO



Obowiązek przekazywania żywności jest egzekwowany przez prawo, jednakże obecna praktyka pokazuje, że sprzedawcy coraz chętniej i aktywniej zaczynają współpracować z Bankami Żywności.

KOSZTY:

Sprzedawcy musieli stworzyć system obowiązkowego przekazywania darowizn. Przydzielono pracowników do sortowania żywności i komunikacji z upoważnionymi do odbioru podmiotami. Na ich zatrudnienie musieli znaleźć własne źródło finansowania. Działania na rzecz ratowania żywności nie zwiększyły się radykalnie. Pracownicy, którzy wcześniej zajmowali się wyrzucaniem niesprzedanej żywności, teraz ją przekazują. Aktywność wzrosła po stronie uprawnionych odbiorców – Banków Żywności. Zwiększyło się obciążenie pracowników w magazynach i tych komunikujących się ze sprzedawcami. W związku z tym Ministerstwo Finansów (zgodnie z posiadanymi w tym zakresie kompetencjami) zwiększyło dotację dla Banków Żywności.



KRAJ: Republika Czeska

NAZWA BANKU ŻYWNOŚCI: Potravinová banka v Ostravě, z.s. / Bank Žywności w Ostrawie

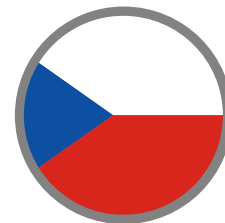
ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI

Internetowy system ewidencjonowania darowizn żywnościowych “hpbanka”

KONTEKST: Jaki był powód wdrożenia rozwiązania? Jaki problem rozwiązuje?

Zgodnie nową ustawą o żywności, od 2018 roku firmy handlowe posiadające sklepy powyżej 400 m² są zobligowane do przekazania niesprzedanej żywności organizacjom charytatywnym. Spowodowało to ogromny wzrost przekazywanej żywności, zwłaszcza świeżej, która jest odbierana bezpośrednio przez organizacje charytatywne i pozarządowe.

Na etapie przygotowań do wprowadzenia ustawy stało się oczywiste, że potrzebne jest



uproszczenie systemu rejestracji darowizn, aby zapobiec konieczności zwiększenia liczby pracowników administracyjnych.

Jaki problem rozwiązuje?

Wprowadzone oprogramowanie rozwiązuje problem związany z rejestracją darowizn żywnościowych w Bankach Żywności skuteczniej, niż inne oprogramowania magazynowe. Produkty są rejestrowane od otrzymania aż do momentu ich przekazania beneficjentom ostatecznym. Zapewnia to szybkie i łatwe odnotowywanie darowizn z wykorzystaniem kodów kreskowych. Indywidualnym Bankom Żywności system umożliwia natychmiastowe wyświetlanie wyników w czasie rzeczywistym.

Dzięki zmienności baz danych możliwe jest generowanie wybranych wyników dla Czeskiej Federacji Banków Żywności. Oprogramowanie jest podłączone do sieci internetowej i jest umieszczone w chmurze. Nie ma potrzeby drukowania raportów i wysyłania ich pocztą. Osoba obsługująca program pracuje na raportach bezpośrednio w komputerze. Oprogramowanie umożliwia przygotowanie poszczególnym Bankom Żywności statystyk jakościowych i danych ilościowych. System gromadzi informacje o liczbie obsługiwanych osób/beneficjentów ostatecznych. System może obsługiwać dużą liczbę Banków Żywności.

OPIS: Jak to działa? Jak wiele ludzi jest zaangażowanych? Komu służy rozwiązanie?

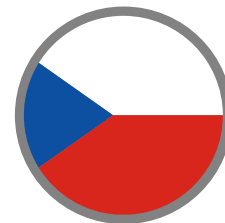
Program rejestrujący darowizny został przygotowany z myślą o Bankach Żywności i organizacjach partnerskich. Dostęp do niego jest możliwy dzięki uzyskaniu prawa dostępu na różnych poziomach autoryzacji.

Przykładowo, organizacja partnerska może z niego korzystać w momencie odbierania żywności bezpośrednio od dostawców. W ten sposób, żywność fizycznie nie przechodzi przez Bank Żywności, a trafia bezpośrednio do organizacji partnerskiej. Bank Żywności rejestruje ją tylko w programie "hpbanka".

Podczas przyjmowania darowizn żywnościowych, autoryzowana organizacja partnerska potwierdza pozyskanie darowizny specjalnym stemplem Banku Żywności. Wówczas darowizna jest rejestrowana w systemie online. Organizacja partnerska łączy się do systemu korzystając z nazwy użytkownika i hasła za pośrednictwem interfejsu internetowego. Jako informację zwrotną, system wyznacza unikalny numer dla konkretnej darowizny żywności, która jest następnie wykorzystywana na liście przewozowym, tak aby Bank Żywności mógł zobaczyć wartość konkretnej darowizny żywności. Ponadto Bank Żywności otrzymuje potwierdzenie wydania za pośrednictwem poczty e-mail.

DOBRA PRAKTYKA

ROZWIĄZANIA IT



Następnie organizacja partnerska wysyła do Banku Żywności wszystkie dokumenty, oznaczone unikalnym numerem rejestracyjnym, które są w nim przechowywane. Dzięki interfejsowi WWW każda organizacja partnerska może śledzić swoje darowizny żywnościowe. Mogą również drukować wszystkie niezbędne dokumenty.

CZAS IMPLEMENTACJI:

W styczniu 2016 roku.

EFEKTY:

Wzrosła efektywność pracy, przy jednoczesnym zmniejszeniu się kosztów administracyjnych.

KOSZTY:

Koszt inwestycji: 134 150 Kč

Koszt przypadający na Bank Żywności:

- 2 000 Kč (jednorazowy koszt za wdrożenie rozwiązania)
- 6 000 Kč (roczna licencja)

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOCI:

Wszystkie współpracujące Banki Żywności powinny zbierać informacje mogące poprawić system oraz promować jego wdrożenie tym Bankom, które nie wdrożyły systemu.



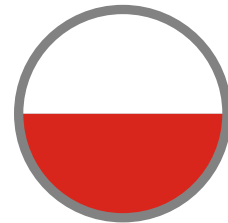
KRAJ: Polska

NAZWA BANKU ŻYWNOŚCI: Federacja Polskich Banków Żywności

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI Oprogramowanie magazynowe/dystrybucyjne

KONTEKST:

Choć Banki Żywności funkcjonowały w Polsce od wczesnych lat 90., w miarę rozwoju i powstania Federacji Polskich Banków Żywności coraz większym wyzwaniem okazała się kwestia ewidencji i administrowania darowiznami. Każdy z Banków posiadał własne narzędzia, które nie były kompatybilne z innymi (np. proste programy magazynowe, formularze MS Excel itp.). W sytuacji zwiększającej się liczby Banków i rosnącej ilości darowizn konieczne było stworzenie narzędzia, które ułatwiłoby działalność dystrybucyjną i obsługę darowizn.



CEL:

Ujednoczenie i usprawnienie systemu gospodarki magazynowej w Bankach Żywności, wprowadzenie możliwości nadzoru nad poprawnością przepływu darowizn, stworzenie narzędzia obejmującego wszystkie pola dystrybucji, na których działają Banki Żywności.

OPIS:

Program Enova365 służy do ewidencji wszystkich darowizn żywności oraz wszelkiego rodzaju opakowań np. palet, skrzynek.

Każdy pracownik Banku Żywności posiada swój indywidualny login oraz hasło umożliwiające korzystanie z programu. Oprogramowanie podłączone jest do sieci i osadzone na serwerze. Wszystkie dokumenty w programie Enova365 tworzone są czasie rzeczywistym.

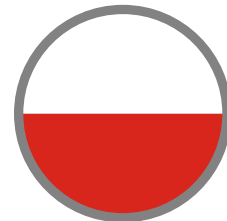
Możliwości, jakie daje program są następujące:

- 1** Ewidencja:
 - A** Żywności z programu FEAD,
 - B** Darowizn żywności,
 - C** Darowizn przemysłowych (incydentalnie takie darowizny się zdarzają),
 - D** Opakowań (palety, skrzynki).

- 2** Tworzenie dokumentów:
 - A** przyjęć,
 - B** wydań,
 - C** korekt,
 - D** przesunięć międzymagazynowych.

DOBRA PRAKTYKA

ROZWIĄZANIA IT



System umożliwia rozbudowane raportowanie wszystkich operacji magazynowych, dokonywanie analizy przyjęć darowizn od konkretnych darczyńców, analizę wydań do konkretnych organizacji współpracujących z Bankami Żywności, raportowanie przyjętych/wydanych produktów z podziałem na 37 kategorii asortymentowych (z możliwością wprowadzenia danego asortymentu na sztuki, opakowania zbiorcze lub kilogramy).

Każdy produkt wprowadzony do systemu magazynowego wymaga podania jego terminu przydatności do spożycia. Jeśli termin przydatności wprowadzonego produktu to mniej niż 7 dni, wówczas wyświetla się on w programie w kolorze czerwonym, dodatkowo sygnalizując konieczność jak najszybszej dystrybucji artykułu.

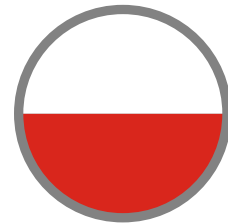
CZAS ROZPOCZĘCIA / WDROŻENIA:

Program Enova jako system magazynowy Banków Żywności został uruchomiony w maju 2015 roku, jednak wdrażanie go w całej sieci zajęło kilka miesięcy. Od początku 2016 roku można mówić, że cała sieć posługuje się jednolitym systemem magazynowania funkcjonującym online.

EFEKTY:

Wprowadzenie jednolitego systemu magazynowego funkcjonującego online pozwoliło na:

- większą kontrolę nad przepływem darowizn;
- ujednoczenie formy dokumentów;
- łatwiejszy proces wdrażania pracowników w procedury funkcjonowania Banków Żywności;
- sprawniejsze rozwiązywanie problemów administracyjnych i technicznych dzięki możliwości nadzoru online;
- możliwość sprawnego generowania danych statystycznych i raportów;
- możliwość wdrożenia rozszerzeń programu przy współpracy z instytucjami i firmami zewnętrznymi.



Korzystanie ze zunifikowanego systemu gospodarki magazynowej umożliwiło rozszerzenie rozwiązań i ulepszeń na wszystkie Banki Żywności zrzeszone w Federacji.

Wśród zaimplementowanych rozwiązań znalazły się:

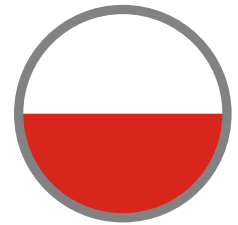
- opracowana wspólnie z siecią handlową Tesco możliwość otrzymywania elektronicznych protokołów odbioru darowizn z poszczególnych sklepów w 4 kategoriach asortymentowych (pieczywo, owoce, warzywa, pozostałe). Kategorie zostały dostosowane do przekazywanego przez Tesco asortymentu. Otrzymany plik importujemy bezpośrednio do programu Enova. Dzięki temu uzyskaliśmy możliwość bardzo szybkiej ewidencji darowizn z sieci handlowej, minimalizując przy tym ryzyko popełnienia błędu przy ręcznym przeliczaniu żywności na podstawie papierowych protokołów.
- wdrożenie modułu umożliwiającego planowanie wydań żywności Programu Operacyjnego Pomocy Żywnościowej (FEAD) do organizacji. Tworzenie planu wydań, w którym jest podgląd ile i jakiej żywności dana organizacja otrzymała oraz analogicznie ile żywności jeszcze musi jej zostać wydane.
- opracowano także narzędzie (w wersji offline i online) wspierające organizacje biorące udział w programie POPŻ. Narzędzie pozwala na miesięczną ewidencję przychodów i rozchodów żywności. Dzięki przygotowanej ewidencji narzędzie wspiera w przygotowaniu niezbędnych dokumentów potrzebnych do zakwalifikowania osób potrzebujących oraz miesięcznych raportów ewidencji żywności, protokołu z ewentualnych strat oraz Informacji kwartalnych oraz Sprawozdań okresowych, w tym sprawozdania końcowego. Sukcesem systemu jest zmniejszenie części obowiązków administracyjnych, szczególnie sprawozdawczych, leżących po stronie organizacji zaangażowanych w realizację programu pomocy żywnościowej.

KOSZTY:

Pełne wdrożenie ok 200 000 zł.

DOBRA PRAKTYKA

ROZWIĄZANIA IT



WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOCİ:

Przy wyborze oprogramowania magazynowego warto zwrócić uwagę na możliwości jego dostosowania do potrzeb Banku/Banków. Zbyt wiele opcji może powodować, że program będzie mało czytelny i trudny w obsłudze. Korzystnie jest także, jeśli istnieje możliwość wprowadzania modyfikacji i ulepszeń w miarę korzystania z programu (np. dodawania modułów i narzędzi czy szablonów sprawozdań) – trzeba jednak mieć na uwadze, jaki będzie szacunkowy koszt zmian i czy ich wprowadzenie będzie w zasięgu budżetu organizacji.



KRAJ: Węgry

NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Węgierski Bank Żywności

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI Rozwiązania logistyczne

KONTEKST:

Do roku 2017 Węgierski Bank Żywności używał arkuszy programu MS Excel do prowadzenia dokumentacji magazynowej i administrowania procesu odbiorów i przekazywania żywności ratowanej z supermarketów. Arkusze okazały się jednak mało praktyczne w momencie, gdy coraz większa liczba użytkowników musiała wprowadzać do nich dane.

Nowa platforma internetowa pomaga nie tylko w zarządzaniu darowiznami, ale także ułatwia przechowywanie i przepływ dokumentów magazynowych między organizacjami partnerskimi, darczyńcami i Bankiem Żywności.



CEL:

Planując kształt internetowej platformy do obsługi administracyjno-magazynowej darowizn (ODOO), Węgierski Bank Żywności założył, że oprogramowanie używane będzie przez:

- Organizacje partnerskie – do zamieszczania informacji o pozyskanych i redystrybuowanych darowiznach;
- Bank Żywności – do zarządzania zawartością magazynu oraz przygotowywania raportów i planowania monitoringów, a także do przechowywania informacji o organizacjach partnerskich i darczyńcach.

OPIS:

ODOO powstało w oparciu o oprogramowanie open source. Wszyscy użytkownicy (pracownicy Banku Żywności, przedstawiciele organizacji partnerskich) posiadają indywidualne konta logowania, dzięki czemu każde działanie w obrębie systemu może być łatwo śledzone.

Platforma posiada pięć modułów:

- Moduł organizacji partnerskich – baza danych organizacji (nazwa, adres, dane kontaktowe, opis działalności, liczba beneficjentów, typ umowy z Bankiem Żywności itp.)
- Moduł supermarketów – każda z organizacji odbierających żywność z supermarketów może podać aktualne dane o uratowanej żywności
- Moduł kontroli darowizn
- Moduł darczyńców – baza danych firm, sklepów i restauracji, które przekazują żywność
- Moduł magazynowy – używany przez pracowników Banku Żywności do kontrolowania zawartości magazynu, organizacji dostaw i wydań, rejestracji darczyńców oraz generowania statystyk i raportów.



Moduł organizacji partnerskich: gdy organizacja charytatywna lub instytucja pomocy społecznej rozpoczyna współpracę z Węgierskim Bankiem Żywności, otrzymuje do wypełnienia formularz. Na podstawie tego dokumentu powstaje indywidualny profil organizacji w systemie ODOO. Określony zostaje także rodzaj otrzymywanego wsparcia (odbior darowizn z supermarketów lub tylko z magazynu Banku).

Moduł supermarketów: każda organizacja partnerska prowadząca samodzielne, regularne odbiory żywności uratowanej z supermarketów wprowadza do systemu dane z każdego dnia, kiedy następuje odbiór darowizny. Wprowadzane są m.in. takie dane, jak numer dokumentu przewozowego (protokołu wydania) czy ilość i rodzaj otrzymanej żywności.

Moduł magazynowy: każda zaplanowana darowizna jest rejestrowana w systemie, dzięki czemu pracownik odpowiedzialny za dystrybucję może łatwo sprawdzić ilość i rodzaj dostępnych produktów. Platforma internetowa umożliwia poinformowanie organizacji partnerskich o produkcie (wraz z ilością, datą przydatności do spożycia i limitem na osobę). Oferta darowizny trafia drogą e-mailową do organizacji, która następnie może zalogować się w systemie i zadeklarować zainteresowanie darowizną oraz planowaną datę odbioru z magazynu.

CZAS WDROŻENIA:

Platforma ODOO była przygotowywana od 2016 roku. Przez kilka ostatnich miesięcy 2016 roku miała miejsce faza testowa, po której system wszedł do powszechnego użytku.

EFEKTY:

Dzięki platformie ODOO, Węgierski Bank Żywności:

- Posiada lepszą kontrolę nad gospodarką magazynową,
- Może na bieżąco monitorować proces odbiorów żywności z supermarketów oraz pozostałych podmiotów,
- Łatwo udzielać informacji zwrotnych zarówno darczyńcom, jak i organizacjom partnerskim,
- Posiada łatwy dostęp do wszystkich potrzebnych danych,

DOBRA PRAKTYKA

ROZWIĄZANIA IT



- Może w prosty sposób generować raporty i statystyki,
- Unika problemu z pojedynczymi, wadliwymi plikami MS Excel.

KOSZTY:

Przygotowanie systemu oprogramowania - 22 000 euro

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOŚCI:

Przed przygotowaniem własnego oprogramowania każdy bank żywności powinien drobiazgowo przeanalizować swój sposób działania i na tej podstawie budować platformę obsługującą go. Dużo trudniej jest zmienić podstawowe funkcjonalności platformy i logikę systemu w sytuacji, gdy jest on już sprawny i używany przez różne podmioty.

Warto przygotować drobiazgowy opis każdej, najmniejszej nawet funkcjonalności. Pozwoli to organizacjom partnerskim na łatwiejsze i szybsze wdrożenie w korzystanie z systemu.

W proces planowania i tworzenia oprogramowania warto zaangażować osobę pełniącą rolę swobodnego „tłumacza” między bankiem żywności a programistą. Przełożenie potrzeb i mechanizmu działania banku żywności na język zrozumiały dla twórcy aplikacji bardzo ułatwi proces i zmniejszy ryzyko wystąpienia błędów w komunikacji.



KRAJ: Republika Czeska

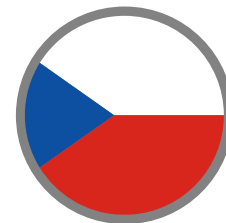
NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Czeska Federacja Banków Żywności

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI Powstanie Centralnego Banku Żywności

KONTEKST:

Kraj Środkowoczeski jest najbardziej zaludnionym regionem Republiki Czeskiej. Od początku swego istnienia swoim działaniem obejmował go Bank Żywności w Pradze, jednak organizacja szybko zaczęła być przeciążona dystrybucją żywności w samej stolicy. Dzięki partnerskiej współpracy jedna z sieci supermarketów udostępniła na potrzeby Banku swój magazyn. W ten sposób zdecydowano nie tylko o założeniu centrum logistycznego, ale także nowego Banku Żywności, którego działalność skupi się na Kraju Środkowoczeskim.

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z SIECIAMI

CEL:

- Objęcie dystrybucją żywności region Kraju Środkowoczeskiego,
- Zapewnienie lepszej obsługi partnerskim organizacjom charytatywnym,
- Wzrost ilości dystrybuowanych produktów żywnościowych,
- Wzrost liczby organizacji partnerskich,
- Dotarcie do jak największej ilości beneficjentów końcowych – osób potrzebujących wsparcia żywnościowego.

OPIS DZIAŁANIA:

Z początkiem 2018 roku założono nowy bank żywności, którego celem miało być wsparcie i odciążenie Banku Żywności w Pradze w dystrybucji żywności w gęsto zaludnionym regionie Kraju Środkowoczeskiego.

Nowa organizacja funkcjonuje wspólnie z centrum logistycznym Czeskiej Federacji Banków Żywności. Jego założenie możliwe było dzięki otrzymaniu dotacji ze strony firmy Penny Market. Sieć udostępniła za darmo przestrzeń magazynową na potrzeby nowego Banku oraz centrum logistycznego.

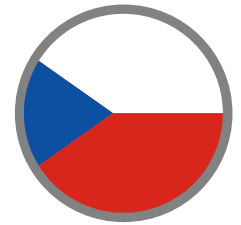
W drugim kwartale 2018 roku Centralny Bank Żywności rozpoczął przejmowanie części organizacji partnerskich dotychczas współpracujących z Bankiem Żywności w Pradze. Dzięki temu pomoc żywnościowa stała się łatwiej dostępna dla wzrastającej liczby potrzebujących. Jednocześnie nowy Bank Żywności rozpoczął przyjmowanie regularnych darowizn żywnościowych od sklepów i firm z regionu.

W najbliższym czasie spodziewamy się 20-procentowego wzrostu liczby organizacji partnerskich w regionie Kraju Środkowoczeskiego oraz 30-procentowego wzrostu liczby końcowych odbiorców pomocy żywnościowej.

WDROŻENIE:

Realizację projektu rozpoczęto pod koniec 2017 roku. Przedsięwzięcie w formie zewnętrznie sponsorowanego magazynu realizowane będzie do roku 2022.

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z SIECIAMI

EFEKTY:

Znaczący wzrost liczby beneficjentów i lepsza współpraca z organizacjami partnerskimi.

KOSZTY:

Ok. 35000 euro.

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOSCI:

Podczas negocjacji z partnerami warto uwzględnić cele strategiczne zarówno w skali lokalnej, jak i ogólnokrajowej. Dzięki temu można zaplanować działania tak, by wsparcie dotarło do jak największej liczby beneficjentów. W przypadku Republiki Czeskiej powstanie centrum logistycznego zaowocowało założeniem nowego banku żywności, który zdecydowanie poprawił zakres pomocy żywnościowej w regionie.



KRAJ: Polska

NAZWA BANKU ŻYWNOŚCI: Federacja Polskich Banków Żywności

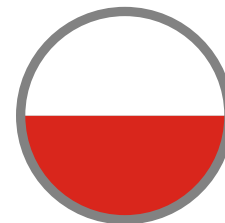
ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI

Kampania społeczna Tesco oraz partnerów handlowych na rzecz Banków Żywności „Pomóż Nam ufundować posiłki”

KONTEKST:

Tesco współpracuje z Bankami Żywności w Polsce, Czechach, Słowacji i Węgrzech we wspólnej walce z marnowaniem żywności przekazując niesprzedane nadwyżki żywności ze swoich sklepów oraz regularnie organizując zbiórki żywności. W ramach poszerzania zasięgu tych inicjatyw, w okresie dwóch tygodni na przełomie czerwca i lipca 2017 roku Tesco wspólnie ze swoimi partnerami handlowymi w Europie Centralnej zorganizowało

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z SIECIAMI

akcję społeczną wspierającą Banki Żywności w Polsce, Czechach, Słowacji i Węgrzech „Pomóż Nam ufundować posiłki”.

CEL:

Zebranie dodatkowych środków na wsparcie dowozu żywności do osób potrzebujących korzystających ze wsparcia organizacji pomocowych.

OPIS:

Wspólna akcja „Pomóż nam ufundować posiłki” zaangażowała ponad 100 partnerów handlowych Tesco w Europie Środkowej. Klienci mogli wesprzeć akcję kupując wybrane produkty, a 1% kwoty uzyskanej z ich sprzedaży został przekazany Bankom Żywności na pomoc w sfinansowaniu dowozu posiłków do najbardziej potrzebujących.

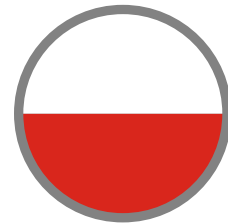
W Polsce klienci Tesco mogli wesprzeć akcję kupując wybrane produkty takich marek jak: Pepsi, 7up, Mountain Dew, Lipton, Mirinda, Wawel, Wedel, Knorr, Surf, Persil, 5PowerShot, Schauma, Palette, Whiskas, Pedigree, Always, Velvet, Domestos, Coccolino, Discreet, Dove, Cif, Ariel, Finish, Vanish, Bref, dzięki czemu Banki Żywności otrzymały kwotę ponad 144 tys. złotych na wsparcie żywienia najbardziej potrzebujących.

Akcja odbywała się we wszystkich sklepach w Polsce, jak również w sklepach w Czechach, na Węgrzech i na Słowacji w okresie dwóch tygodni na przełomie czerwca i lipca 2017 roku.

Informacja o akcji pojawiła się:

- w gazetce promocyjnej skierowanej do klientów sieci
- na stronie Tesco.pl
- w materiałach drukowanych, które zostały umieszczone w sklepach
- na stronie banków żywności
- w social mediach (Facebook) banków żywności i w kanałach Tesco

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z SIECIAMI

CZAS ROZPOCZĘCIA / WDROŻENIA:

2 tygodnie na przełomie czerwca i lipca 2017 roku.

EFEKTY:

Dzięki zaangażowaniu Tesco oraz ich partnerów handlowych i klientów Banki Żywności w Czechach, Węgrzech, Polsce i Słowacji otrzymały ponad 87 000 funtów dofinansowania na pomoc najbardziej potrzebującym (w Polsce 144 tys zł).

KOSZTY:

Koszty akcji wzięła na siebie w całości sieć Tesco.



KRAJ: Polska

NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Bank Żywności w Ciechanowie - Ciechanów Food Bank (CFB)

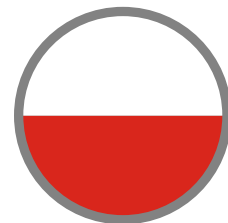
DZIEDZINA, KTÓREJ DOTYCZY DOBRA PRAKTYKA:

Podnoszenie standardów organizacji partnerskich w zakresie odbiorów żywności z supermarketów

KONTEKST:

Nasze organizacje partnerskie zazwyczaj dysponują ograniczonym budżetem – nie posiadają własnych samochodów dostawczych wyposażonych w chłodnie i często używają do odbiorów prywatnych samochodów swoich członków. Powoduje to trudność w utrzymaniu ciągłości łańcucha chłodniczego. Ponadto odbiory prowadzone przez samochody prywatne są źle postrzegane przez pracowników sklepów i osoby postronne.

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

CEL:

Naszym celem jest pomoc organizacjom partnerskim w utrzymaniu łańcucha chłodniczego, zwłaszcza w przypadku nabiału i mięsa. Dodatkowym celem jest też zapobieganie sytuacjom, w których pracownicy supermarketów lub sklepów mogą odnieść wrażenie, że darowizny żywnościowe trafiają do prywatnych domów, a nie organizacji charytatywnych.

OPIS:

Bank Żywności kupuje z własnych środków pojemniki termoizolacyjne i zaopatruje w nie wszystkie organizacje partnerskie. Do tej pory przekazaliśmy 12 organizacjom 20 pojemników do odbiorów z takiej właśnie ilości sklepów. Każda z organizacji otrzymuje pojemniki przed rozpoczęciem odbiorów. Jednocześnie organizacje otrzymują specjalne oznaczenia z logo i nazwą Banku Żywności, które można umieścić za przednią szybą prywatnego samochodu podczas odbiorów żywności.

CZAS ROZPOCZĘCIA / WDROŻENIA:

Każda organizacja podczas spotkania szkoleniowego przed rozpoczęciem odbiorów otrzymuje pojemniki termoizolacyjne oraz oznaczenia. W ramach szkolenia organizacje poznają także procedury postępowania odnośnie sprawozdawczości, dystrybucji produktów oraz standardu odbiorów i transportu.

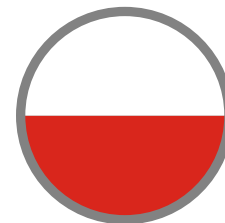
EFEKTY:

Dzięki pojemnikom termoizolacyjnym mięso i nabiał mogą być przewożone w bezpiecznych warunkach chłodniczych.

Oznaczenia z logo i nazwą Banku Żywności pomagają zidentyfikować odbiory żywności Bankiem i jego misją. Odbiory wyglądają także na bardziej profesjonalne niż w przypadku nieoznaczonych samochodów prywatnych. Jest to także jedna z metod promocji Banku Żywności.

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



KOSZTY:

- Koszty transportu (paliwo i eksploatacja samochodu): po stronie organizacji
- Pojemniki termoizolacyjne: 15 euro za szt.
- Oznaczenia na samochody: 2 euro za szt.

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOCI:

Wspomniana praktyka może być bardzo istotna w sytuacji, gdy współpracujemy z małymi organizacjami partnerskimi, dla których zakup pojemników lub oznaczeń może okazać się problemem. Zapewniając te udogodnienia, Bank Żywności tworzy dobrą atmosferę współpracy.

Zakup w ilościach hurtowych obniża koszt. Oczywiście najbardziej pożądanym byłoby znalezienie sponsora lub darczyńcy pojemników oraz oznaczeń ze względu na stale rosnącą liczbę organizacji partnerskich – według naszych obliczeń, w ciągu jednego roku konieczny będzie zakup ok. 100 pojemników.



KRAJ: Węgry

NAZWA BANKU ŻYWNOCI: Węgierski Bank Żywności

DZIEDZINA, KTÓREJ DOTYCZY DOBRA PRAKTYKA:

Współpraca, przepływ informacji między Bankiem a organizacjami partnerskimi

KONTEKST:

Ponieważ Węgierski Bank Żywności współpracuje obecnie z ok. 300 organizacjami (instytucje pomocy społecznej, organizacje charytatywne, fundacje i stowarzyszenia itp.), czujemy potrzebę ciągłego udoskonalania procesu komunikacji z tymi podmiotami. Organizując konferencję, na którą zapraszamy wszystkich naszych partnerów, możemy w łatwy sposób dzielić się informacjami, wiedzą i dobrymi praktykami. Na konferencję zapraszamy także przedstawicieli sieci handlowych odpowiedzialnych

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

za zarządzanie darowiznami żywnościowymi, co pozwala nam budować silniejszą relację między organizacjami i darczyńcami.
Konferencja odbywa się raz do roku.

CELE:

- Prezentacja osiągnięć z ubiegłego roku,
- Ustalenie celów na nadchodzący rok,
- Dzielenie się dobrymi praktykami,
- Prezentacja mechanizmu działania Banku Żywności (szczególnie ważne dla nowych organizacji partnerskich),
- Nawiązanie lepszych relacji z organizacjami,
- Stworzenie przestrzeni, w której partnerzy mogą osobiście poznać pracowników Banku Żywności, z którymi współpracują,
- Stworzenie pola do wymiany doświadczeń dla organizacji partnerskich.

OPIS:

Etapy realizacji konferencji:

- 1 Ustalenie czasu i miejsca wydarzenia,
- 2 Zebranie wniosków i doświadczeń z ubiegłego roku w celu ustalenia najważniejszych tematów, które muszą zostać poruszone podczas spotkania,
- 3 Zaproszenie partnerów - każda z organizacji partnerskich otrzymuje zaproszenie drogą elektroniczną; na konferencji przewidziane są 1-2 miejsca dla członków każdej z organizacji,
- 4 Organizacje, które zgłoszą udział w konferencji, wypełniają elektroniczny formularz (Google Form), który zawiera również kod organizacji ułatwiający jej identyfikację,

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

- 5** Program konferencji jest co roku rozwijany i zmieniany, by dostosować go do problemów, które pojawiały się na przestrzeni minionego roku; w niektórych latach prowadzono równoległe, mniejsze sesje konferencyjne; w innych latach zorganizowane zostały sesje przedkonferencyjne dla nowych organizacji partnerskich,
- 6** Wszyscy uczestnicy konferencji zobowiązani są do podpisania się na liście obecności; konieczne mogą być także inne czynności administracyjne,
- 7** Pracownicy Węgierskiego Banku Żywności przygotowują prezentacje na wybrane tematy (osiągnięcia, plany, sposoby działania i współpracy itp.),
- 8** W programie konferencji przewidziano czas na dyskusję i zadawanie pytań,
- 9** Konferencja trwa zazwyczaj ok. Pół dnia roboczego (w godz. 10-14), w programie przewidziano przerwy, podczas których pracownicy Banku Żywności obsługują helpdesk, gdzie odpowiadają na konkretne pytania organizacji i rozwiązują problemy.
- 10** Dzięki udziałowi przedstawicieli sieci supermarketów, organizacje mogą lepiej zrozumieć, jak całościowo działa proces ratowania żywności i na jakich zasadach się opiera; dzięki takim osobistym spotkaniom uczestnicy konferencji w większym stopniu angażują się w proces ratowania żywności i bardziej identyfikują się z misją Banku Żywności.

CZAS IMPLEMENTACJI:

Konferencją odbywa się co roku na wiosnę.

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



EFEKTY:

Efekty corocznych konferencji Węgierskiego Banku Żywności:

- **Osobiste spotkanie przedstawicieli Banku z reprezentantami organizacji,**
- **Nawiązanie mocniejszych relacji w ramach współpracy (partnerzy dowiadują się, kto jest odpowiedzialny za poszczególne etapy współpracy przy obsłudze darowizn),**
- **Kształtowanie całościowego obrazu funkcjonowania Banku Żywności,**
- **Aranżowanie spotkań między organizacjami partnerskimi, wymiany dobrych praktyk itp.,**
- **Wspólne planowanie, gromadzenie pomysłów na przyszłą działalność,**
- **Uzyskanie informacji zwrotnych dotyczących współpracy między Bankiem Żywności a organizacjami.**

KOSZTY:

Główne koszty po stronie Węgierskiego Banku Żywności:

- **Wynajem sali konferencyjnej (wraz z zapleczem technicznym),**
- **Koszt poczęstunku konferencyjnego (koszt można pomniejszyć, zapraszając partnerów do przywiezienia własnych przekąsek),**
- **Identyfikatory,**
- **Koszty obsługi administracyjnej.**

Koszty po stronie organizacji partnerskich:

- **Koszt transportu/dojazdu – paliwo lub bilet kolejowy/autobusowy.**

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOSCI:

- **Podczas planowania programu warto oprzeć się na pytaniach, problemach i doświadczeniach zebranych na przestrzeni minionego roku. Konferencja jest dobrą przestrzenią do poruszenia często pojawiających się pytań lub problemów.**
- **Dyskusja powinna być moderowana, ponieważ brak kontroli nad tokiem wypowiedzi może doprowadzić do niemerytorycznej rozmowy.**
- **Warto przygotować identyfikatory dla uczestników, bo ułatwia to komunikację.**



KRAJ: Węgry

NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Węgierski Bank Żywności

DZIEDZINA, KTÓREJ DOTYCZY DOBRA PRAKTYKA:

Monitoring (przyszłych) organizacji partnerskich

KONTEKST:

Celem Węgierskiego Banku Żywności jest prowadzenie wizyt monitoringowych w obecnych lub przyszłych organizacjach partnerskich. Podczas wizyt pracownicy Banku Żywności poznają sposób funkcjonowania organizacji oraz ich możliwości i potrzeby w kwestii żywności, a także rozwiązują na bieżąco problem w dziedzinie darowizn.

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



CEL:

W zależności od charakteru organizacji, cele monitoringów są następujące:

W przypadku nowych organizacji (które zgłosiły chęć współpracy z Bankiem Żywności, szczególnie w celu pozyskiwania żywności z supermarketów):

- Sprawdzenie, czy zapisy w formularzu zgłoszeniowym zgadzają się ze stanem rzeczywistym.
- Głębsze poznanie organizacji, wraz ze sprawdzeniem możliwości obsługi darowizn żywnościowych.
- W przypadku zgłoszenia do pozyskiwania żywności od supermarketów, prowadzimy rozmowę o szczegółach procesu odbioru i dystrybucji darowizn, odpowiadamy na pytania i rozwiązujemy ewentualne wątpliwości.

W przypadku organizacji partnerskich (prowadzących współpracę z Bankiem Żywności przy odbiorach żywności z supermarketów i/lub otrzymujących darowizny z magazynu Banku Żywności):

- Ponieważ współpracujemy z ok. 300 organizacjami partnerskimi, warto utrzymywać z nimi osobisty kontakt.
- Monitorowanie ogólnej działalności organizacji oraz działalności związanej z dystrybucją darowizn żywnościowych.
- Poznanie wyzwań i problemów związanych z dystrybucją żywności lub współpracą z Bankiem Żywności i znalezienie zadowalających rozwiązań.
- Poznanie osiągnięć i wypracowanych rozwiązań w dziedzinie dystrybucji żywności, by następnie proponować je mniej doświadczonym organizacjom; docenienie sukcesu i rozpowszechnianie informacji o nim za pomocą storytellingu.
- Udzielanie informacji zwrotnej na temat współpracy z Węgierskim Bankiem Żywności.
- Modyfikacja procesów Banku Żywności w przypadku problemów systemowych – jeśli ten sam problem powtarza się w kilku niepowiązanych organizacjach, podejmujemy decyzję o zmianie i ulepszeniu procesu w obrębie Banku.

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



OPIS DZIAŁANIA:

Co roku Węgierski Bank Żywności przygotowuje szczegółowy raport o partnerach, zawierający:

- Podstawowe dane kontaktowe,
- Adresy miejsc, w których dystrybuują żywność,
- Udział w odbiorach żywności z supermarketów,
- Liczba beneficjentów,
- Status administracyjny w bazie Węgierskiego Banku Żywności,
- Ilość darowizn odebranych z magazynu Banku Żywności,
- Data ostatniej wizyty itp.

Opierając się na powyższych danych, ustalany jest stopień priorytetowości wizyt w danej organizacji partnerskiej (Posługujemy się skalą od 1 do 5; im więcej problemów pojawia się we współpracy z organizacją, tym wyższa cyfra). Bank Żywności posiada także arkusz informacyjny dla każdej organizacji, która chciałaby rozpocząć współpracę, zwłaszcza przy odbiorach żywności z supermarketów.

Posługując się zebranymi informacjami i biorąc pod uwagę odległości od naszej siedziby, ustalamyienne plany wizyt, np.:

7.00 Wyjazd z Budapesztu
9.00 Miasto A, Organizacja 1
11.00 Miasto A, Organizacja 2
13.00 Miasto B, Organizacja 3
16.00 Powrót do Budapesztu

Po ustaleniu planów kontaktujemy się z organizacjami, by upewnić się, że wizyta będzie możliwa we wskazanym czasie. Jeśli tak, potwierdzamy datę i godzinę.

Każda wizyta trwa ok. 1-1,5 godziny. Jeśli istnieje możliwość odwiedzenia organizacji podczas odbioru żywności, staramy się włączyć to w plan wizyty. Jeżeli jest to niemożliwe, sprawdzamy warunki w miejscu, gdzie organizacja składowa żywność.

Po zakończeniu wizyt przygotowywane są pisemne raporty. Przedstawione tam spostrzeżenia są przedstawiane na forum grupy odpowiedzialnej za współpracę z organizacjami i odbiory darowizn z supermarketów. Jeśli z raportu wynika, że konieczne

DOBRA PRAKTYKA

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI



jest podjęcie jakichś działań, ustalane jest to w gronie wszystkich pracowników Banku Żywności odpowiedzialnych za proces dystrybucji.

Monitoringi prowadzone są zazwyczaj przez jednego pracownika Węgierskiego Banku Żywności, ale czasem warto prowadzić wizytę w parach (np. z wolontariuszem). Jeżeli przedmiotem kontroli jest konkretny obszar działalności organizacji (np. nieprawidłowości w administracji), szczególnie ważne jest, by udział w monitoringu brała osoba zaznajomiona z tematem (np. odpowiedzialna za administrację darowizn).

Istnieje także możliwość niezapowiedzianej kontroli organizacji partnerskiej. Są one jednak organizowane rzadko – w przypadkach, gdy Bank Żywności otrzyma poważną skargę na działanie organizacji i konieczne jest zbadanie, czy skarga ma przełożenie na rzeczywistość.

CZAS WDROŻENIA:

Wizyty monitoringowe organizowane są przez cały rok. Średnio pracownicy Banku Żywności spędzają na wizytach 1,5 dnia w tygodniu (42 wizyty w ciągu roku). W jeden dzień można odwiedzić od 2 do 4 organizacji, w zależności od odległości.

EFEKTY:

W przypadku nowych organizacji:

- Możliwe jest ustalenie, czy organizacja jest zdolna do podjęcia współpracy z Węgierskim Bankiem Żywności,
- Jeżeli jest to możliwe, jesteśmy w stanie zaangażować organizację w proces odbiorów żywności z supermarketów (jeżeli jest chętna) lub inne działania Banku,
- Rozmawiając szczegółowo o procesie ratowania żywności i jej dystrybucji, organizacje mogą lepiej zrozumieć metody i standardy działania Banku Żywności, dzięki czemu minimalizuje się ryzyko wystąpienia problemów w przyszłości.

W przypadku organizacji partnerskich:

- Osobisty kontakt z pracownikami Banku jest lepiej widziany i podkreśla wagę partnerstwa, buduje zaufanie,

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

- **Możliwość monitorowania działalności organizacji, szczególnie w dziedzinie dystrybucji żywności,**
- **W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości pracownik Banku Żywności może pomóc na miejscu, udzielając rad czy proponując inne rozwiązania,**
- **Możliwość zgromadzenia dobrych praktyk, którymi następnie można podzielić się z innymi,**
- **Możliwość zgłoszenia sugestii odnośnie do działania Banku,**
- **Wsparcie bieżące w działaniu organizacji – w przypadku pojawienia się pytań lub wątpliwości, można odpowiedzieć na miejscu lub przedyskutować je w czasie późniejszym w gronie zespołu Węgierskiego Banku Żywności.**

KOSZTY:

- **Koszty podróży (paliwo i zużycie auta) – po stronie Banku Żywności,**
- **Telefon (ustalenie terminów wizyt z organizacjami),**
- **Koszty pracowników.**

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOCI:

Warto zaznaczyć, że – z wyłączeniem kontroli będących odpowiedziami na skargi – wizyty monitorujące służą głównie rozmowie na temat działania organizacji i pomocy w prawidłowym prowadzeniu darowizn żywnościowych, a nie kontroli. Otwartość na dyskusowanie o problemach organizacji wzmacni zaufanie wobec Banku Żywności, dzięki czemu, w przypadku pojawienia się ewentualnych problemów, organizacje partnerskie będą chętniej o tym informowały.



KRAJ: Słowacja

NAZWA BANKU ŻYWNOŚCI: Słowacki Bank Żywności (Potravinová Banka Slovenska)

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI

Praktyczna pomoc dla organizacji pozarządowej w jej inicjatywie charytatywnej „Zupa pomocy”. Wydarzenie odbywa się co miesiąc, za każdym razem poświęcone jest innej rodzinie znajdującej się w trudnej sytuacji i wymagającej wsparcia.

KONTEKST:

Ideą projektu jest kreowanie solidarności i wspólnoty z osobami potrzebującymi. Projekt zakłada redystrybucję darowizn z marketów, tym samym zapobiegając marnowaniu żywności. Ponadto dodatkową wartością jest okazja do spotkania i rozmowy podczas wspólnego posiłku.

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

Organizacja charytatywna z siedzibą w lokalnym centrum sąsiedzkim Bašta. Podczas wydarzenia goście odwiedzają kawiarenkę w centrum Bašta, gdzie sprzedawana jest zupa. Znajdują się tam także informacje o konkretnej rodzinie, dla której przeznaczone zostaną datki ze sprzedaży posiłku. Cena porcji zupy nie jest ogólnie ustalona – przyjmowane są dowolne kwoty. Całość zebranych środków przeznaczana jest dla jednej z rodzin z regionu Bardějov.

CEL:

Głównym celem projektu jest stworzenie okazji do spotkania i interakcji, bez względu na to ile osób bierze udział w wydarzeniu. Jedną z głównych wartości jest przyjemność – odwiedzający powinni polubić to wydarzenie i czerpać z niego radość.

OPIS:

Za porcję zupy z pieczywem goście płacą dowolną kwotę, która powinna co najmniej pokryć wartość posiłku. Wszystkie zebrane środki są przekazywane konkretnej potrzebującej rodzinie.

WDROŻENIE:

W regionie Bardějov istnieje wiele organizacji charytatywnych, których celem jest pomoc osobom potrzebującym. Słowacki Bank Żywności zdecydował się wesprzeć jedną z nich, realizującą konkretny projekt.

EFEKTY:

„Zupa pomocy” łączy trzy istotne aspekty:

- Raz w miesiącu uczestnicy wydarzenia nie spożywają dużego obiadu (efekt zdrowotny)
- Okazja do pomocy potrzebującym (aspekt charytatywny)

DOBRA PRAKTYKA



WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI

- **Okazja do spotkania i rozmowy ze znajomymi, nawiązania nowych znajomości (aspekt społeczny)**

Dodatkową atrakcją przy każdym spotkaniu jest także pyszne ciasto.

KOSZTY:

Słowacki Bank Żywności przekazuje organizacji żywność pozyskaną od marketów Kaufland i Tesco. Organizacja charytatywna pokrywa koszty transportu.

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOSCI:

Głównym celem wszystkich banków żywności jest pozyskiwanie i redystrybucja żywności do organizacji charytatywnych. Ten proces tworzy doskonałą platformę ułatwiającą zacieśnianie współpracy z organizacjami, które wspierają potrzebujących.



KRAJ: Polska

NAZWA BANKU ŻYWNOSCI: Związek Stowarzyszeń Bank Żywności w Trójmieście (Gdańsk, Polska)

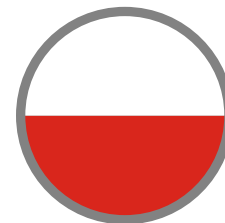
DZIEDZINA, KTÓREJ DOTYCZY DOBRA PRAKTYKA: Sklep społeczny

KONTEKST: - powód implementacji rozwiązania, na jaki problem odpowiada itp.:

Niedożywienie i ubóstwo to problemy, z którymi od lat boryka się wiele społeczeństw. Głównymi potrzebami, na jakie odpowiadają zaproponowane przez nas rozwiązania, są konieczność dystrybucji produktów żywnościowych dla potrzebujących mieszkańców Gdyni (w tym dla znaczącej liczby osób o nieuregulowanym statusie pobytu w Polsce) oraz ratowanie przed zmarnowaniem żywności z krótkimi terminami ważności.

Redystrybucja żywności jest dla nas narzędziem włączenia społecznego. Istotnym jest, by przekazywanie żywności odbywało się w warunkach zbliżonych do oferowanych przez

DOBRA PRAKTYKA



SKLEPY SPOŁECZNE

tradycyjne sklepy – klienci po wejściu mogą sami wybrać produkty, które są im potrzebne. Jedyną różnicą jest brak pobierania opłaty za żywność.

Włączenie społeczne jest pierwszym krokiem na drodze do poprawy trudnej sytuacji życiowej. Osobisty wybór produktów, zgodnie z własnymi potrzebami i upodobaniami, sprzyja większej satysfakcji z otrzymanych produktów i jednocześnie zapobiega dalszemu marnowaniu żywności. Projekt sklepu społecznego jest przede wszystkim formą przekazywania pomocy żywnościowej, ale łączy w sobie także elementy szerszego wsparcia poprzez współpracę z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej i innymi organizacjami pomocowymi z Gdyni.

CEL:

Głównym celem jest przekazanie żywności osobom potrzebującym (szczególnie osobom o nieuregulowanym statusie pobytu) w warunkach podobnych do zakupów w zwykłych sklepach spożywczych, tak by uzyskać jak najlepszy efekt włączenia społecznego. Ponadto klienci sklepu społecznego kierowani są do centrów pracy socjalnej w celu stworzenia dla nich indywidualnego planu wsparcia, który ułatwi im integrację społeczną i pomoże w rozwiązaniu aktualnych problemów.

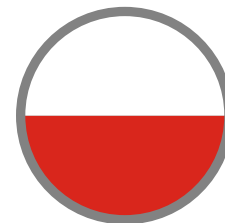
Aranżacja przestrzeni sklepu oraz sposób jego funkcjonowania są zbliżone do warunków w komercyjnych sklepach – w ten sposób osiągamy efekt włączenia społecznego, a także pozwalamy na świadczenie pomocy z poszanowaniem godności beneficjentów.

OPIS: - sposób działania projektu, ilość zaangażowanych osób, grupa docelowa itp.:

Sklep społeczny jest czynny dwa razy w tygodniu przez ok. 4 godziny i obsługuje tylu klientów, na ile pozwalają aktualne zasoby. Obecnie planujemy zwiększyć ilość dni, w których sklep jest czynny, ze względu na stale rosnącą liczbę osób zainteresowanych otrzymywaniem pomocy żywnościowej.

W projekt zaangażowani są: koordynator, animator – pracownik sklepu oraz kierowca, który odbiera żywność ze sklepów i dowozi ją do sklepu społecznego. Wśród pozyskiwanych produktów znajdują się głównie świeże warzywa i owoce, a także nabiał, mięso i wędliny. Pracownik sklepu podczas wydań żywności jest wspierany przez dwójkę wolontariuszy.

DOBRA PRAKTYKA



SKLEPY SPOŁECZNE

Każdy beneficjent sklepu społecznego jest zobowiązany do przedstawienia dokumentu tożsamości swojego lub członków rodziny (w sytuacji gdy do odbioru żywności uprawnionych jest więcej osób). Kobiety z dziećmi, kobiety w ciąży oraz osoby z niepełnosprawnością mają priorytetowe miejsce w kolejce. Ponadto każdy klient sklepu społecznego jest zobowiązany do zapewnienia własnych pojemników lub toreb na zakupy – sklep nie dostarcza żadnych siatek czy pojemników na towar. Dzienny limit ilości produktów na osobę to 2,5 kg.

CZAS ROZPOCZĘCIA / WDROŻENIA:

Projekt rozpoczął się we wrześniu 2017 roku i trwa do chwili obecnej.

EFEKTY:

Od września 2017 do marca 2018 roku sklep społeczny przekazał 10000 kg żywności ok. 4000 potrzebującym.

Pozytywne efekty włączenia społecznego wśród klientów sklepu społecznego dały się zaobserwować już po kilku miesiącach jego funkcjonowania. Współpraca z pracownikami socjalnymi pozwoliła nam zbadać poziom efektywności świadczonej pomocy. Podczas wizyt w domach klientów sklepu społecznego spotkaliśmy się z dużą gościnnością i wdzięcznością. Wzrósł poziom samooceny i poczucia sprawczości klientów. Beneficjenci często wyrażali wdzięczność za otrzymywane wsparcie, a także dzielili się opowieściami o swoim życiu.

KOSZTY:

Sprzęt i opłaty:

Lodówka: 2700 zł

Klimatyzacja (sprzęt i instalacja): 4500 zł

Drukarka: 1350 zł

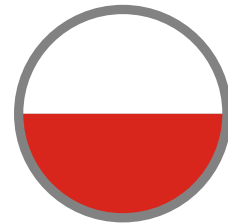
Paliwo: 4377 zł na miesiąc

Materiały biurowe: 150 zł

Środki czystości: 80 zł na miesiąc

DOBRA PRAKTYKA

SKLEPY SPOŁECZNE



Telefon komórkowy, Internet: 50 zł na miesiąc
Monitoring: 3000 zł
Media, naprawy i wydatki bieżące: 250 zł na miesiąc

Wynagrodzenia:

Kierowca: 1500 zł na miesiąc
Animator – pracownik sklepu: 1500 zł
Obsługa księgową projektu: 125 zł na miesiąc
Koordynacja projektu, szkolenie pracowników i wolontariuszy: 1330,50 zł na miesiąc
Wolontariat (wycena pracy na podstawie stawek rynkowych): 20 zł za godzinę
Koordynacja wolontariuszy: 225 zł na miesiąc

WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOŚCI:

Istotne jest przygotowanie regulaminu odnośnie kolejki, która naturalnie tworzy się przed sklepem. Warto stworzyć szczegółowe i przejrzyste zasady dotyczące pierwszeństwa i kolejności. Aby zmniejszyć poziom stresu i zapewnić klientom zajęcie podczas oczekiwania, zorganizować można np. krótkie warsztaty kulinarne lub gry i zabawy dla dzieci.

Pracownik sklepu powinien charakteryzować się dobrze rozwiniętymi umiejętnościami miękkimi i podstawową znajomością psychologii. Jest to konieczne w bezpośrednim kontakcie z osobami potrzebującymi i niezbędne w przypadku rozwiązywania ewentualnych konfliktów między klientami.



KRAJ: Słowacja

NAZWA BANKU ŻYWNOŚCI: Słowacki Bank Żywności (Potravínová Banka Slovenska)

ZAKRES DOBREJ PRAKTYKI Sklep społeczny

KONTEKST: Jaki był powód wdrożenia rozwiązania? Jaki problem rozwiązuje?

Pomoc ludziom ubogim, zaprzestanie marnowania żywności oraz ochrona środowiska.

CEL:

Polepszenie sytuacji społecznej oraz warunków życiowych ubogich osób starszych z niskim dochodem oraz rodzin z więcej niż trójką dzieci. Ograniczenie ubóstwa i polepszenie warunków społecznych.

DOBRA PRAKTYKA



SKLEPY SPOŁECZNE

Cała filozofia sklepu społecznego jest oparta na zasadach słowackiego Banku Żywności.

- **Bezpłatne nabywanie żywności, bezpłatne darowizny,**
- **Walka z marnotrawieniem żywności oraz innych towarów na poziomie producentów rolnych i sprzedawców detalicznych,**
- **Dystrybucja nadwyżek do osób potrzebujących, wzrost solidarności między ludźmi.**

OPIS: Jak to działa? Jak wiele ludzi jest zaangażowanych? Komu służy rozwiązanie?

Pomiędzy godziną 6.00 a 8.00 kierowca odwiedza darczyńców oraz supermarkety w mieście. Nabywa żywność i przywozi ją do sklepu społecznego. Sklep społeczny otwarty jest w godzinach od 9.00 do 13.00. Ludzie z niskim dochodem oraz będący w trudnej sytuacji ekonomicznej mogą przyjść ze skierowaniem z lokalnej gminy.

Nierozdystrybuowana żywność, której kończy termin przydatności do spożycia, przekazywana jest organizacjom charytatywnym i pozarządowym. Sklep jest otwarty codziennie, w zależności od potrzeb.

Kto może pytać o żywność ze sklepu społecznego?

Obywatele z miejscem stałego pobytu w miejskiej dzielnicy Košice-południe , którzy są:

- **Osobami z niepełnosprawnościami lub emerytami w potrzebie, a ich dochód wynosi maksymalnie 335 euro (bez świadczeń socjalnych).**

WYSOKOŚĆ EMERYTURY (DO)

MIESIĘCZNY LIMIT PUNKTÓW
DO WYKORZYSTANIA W SKLEPIE

250 E	----->	40
295 E	----->	30
335 E	----->	20

- **Rodziny w trudnej sytuacji materialnej z więcej niż trójką dzieci uzyskają:**
 - 15 punktów dla osoby dorosłej i studenta do lat 25
 - 7 punktów dla dziecka do 18 roku życia
 - 40 punktów dla dzieci osieroconych

DOBRA PRAKTYKA



SKLEPY SPOŁECZNE

WDROŻENIE:

Na Słowacji funkcjonuje aktualnie 5 sklepów społecznych: w Bratysławie, Nitrze, Ružomberoku i Lipanach.

Pierwszy z nich został otwarty w lipcu 2010 roku. W połowie maja 2018 roku otwarto kolejny sklep w Bratysławie.

EFEKTY:

Sklepy umożliwiają przekazanie darowizny z uratowanej żywności, która w przeciwnym razie zostałaby wyrzucona. Pomagają ludziom w potrzebie, organizacjom charytatywnym oraz pozarządowym. Przyczyniają się do włączenia społecznego beneficjentów ostatecznych. Poprawiają współpracę darczyńców, gmin i organizacji pozarządowych.

KOSZTY:

Gmina: zapewniła nieodpłatnie miejsce i jego remont zgodny z narodowymi standardami. Ponadto zapewniła samochód z kierowcą i sprzedawcę (poprzez Urząd Pracy). Pokrywa także wszystkie koszty operacyjne.

Wyposażenie:

- Lodówka – 500 Euro
- Zamrażarka – 500 Euro
- Półki – 150 Euro
- komputer PC, drukarka – 500 Euro
- Pozostałe wyposażenie sklepu – 200 Euro

- Paliwo – 100 Euro miesięcznie
- Artykuły biurowe – 30 Euro miesięcznie
- Środki czyszczące – 80 Euro miesięcznie

DOBRA PRAKTYKA

SKLEPY SPOŁECZNE



WSKAZÓWKI DLA INNYCH BANKÓW ŻYWNOSCI:

Kluczowe znaczenie ma ustanowienie zasad dystrybucji, które dzielą beneficjentów ostatecznych na grupy ze względu na sytuację życiową, liczbę dzieci itp.

Kluczem do sukcesu projektu są odpowiednie kompetencje tzw. „miękkie” sprzedawcy w sklepie społecznym. Ta osoba musi umieć zarządzać ewentualnym kryzysem (specyfika klientów) oraz posiadać umiejętności handlowe.

W TROSCE O ŻYWNOSĆ

E-publicacja wydana w ramach projektu „Bank pomysłów, jak współpracować z sieciami handlowymi bardziej efektywnie” realizowanego z Funduszy Wyszehradzkich przy wsparciu finansowym Tesco (Polska) Sp. z o.o.

Materiały opracowane przy współpracy Federacji Polskich Banków Żywności, Česká Federace Potravinových Bank (Czeskiej Federacji Banków Żywności), Magyar Élelmiszerbank Egyesület (Węgierskiego Banku Żywności), Potravinová Banka Slovenska (Słowackiego Banku Żywności)

Banki Żywności



Česká Federace potravinových bank



POTRAVINOVÁ BANKA SLOVENSKA

Magyar
Élelmiszerbank
Egyesület

