

Roczne sprawozdanie z działalności fundacji

za rok __2020__

- Sprawozdawca wypełnia tylko przeznaczone dla niego białe pola;
- We wszystkich polach, w których nie będą wpisane odpowiednie informacje, należy wstawić pojedynczy znak myślnika (-).
- W polach wyboru należy wstawić pojedynczy znak X

I. Dane fundacji

1. Nazwa fundacji			
2. Adres siedziby i dane kontaktowe	Kraj: Polska	Województwo: Mazowieckie	Powiat: Warszawa
	Gmina: Warszawa	Ulica: Generała Józefa Zajączka	Nr domu: 11
	Nr lokalu: 92	Miejscowość: Warszawa	Kod pocztowy: 01-510
	Nr telefonu: X	e-mail: info.pl@proveg.com	Nr faksu: X

Adres do korespondencji jeżeli jest inny niż adres siedziby:

3. REGON:	385513959	4. Data wpisu w KRS:	05.02.2020	5. Nr KRS:	0000825367
6. Dane członków zarządu fundacji (wg aktualnego wpisu w KRS)	Imię i nazwisko		Funkcja		
	Patrycja Homa		Prezes Zarządu		

II. Charakterystyka działalności fundacji w okresie sprawozdawczym

1. Określenie celów statutowych fundacji (ze statutu)

Celem Fundacji jest upowszechnianie w społeczeństwie wiedzy na temat wpływu diety na zdrowie, środowisko, dobrostan zwierząt a także jej rola w kontekście sprawiedliwości społecznej.

Fundacja realizuje swoje cele poprzez promowanie produkcji i konsumpcji żywności i produktów pochodzenia roślinnego oraz zamienników mięsa i innych produktów odzwierzęcych w szczególności, ale nie tylko, przez:

- 1) Podnoszenie świadomości społecznej w zakresie korzyści zdrowotnych płynących ze spożywania większej ilości żywności i produktów pochodzenia roślinnego oraz zagrożeń dla zdrowia wynikających ze spożywania żywności i produktów pochodzenia zwierzęcego;
- 2) Podnoszenie świadomości społeczeństwa na temat wszystkich aspektów hodowli zwierząt i jej wpływu na zwierzęta i środowisko, w tym na zmiany klimatu;
- 3) Zlecanie i prowadzenie badań związanych z tematyką, opisaną w pkt 1) i 2) niniejszego paragrafu;
- 4) Tam, gdzie jest to możliwe, aby wspierać realizację celów Fundacji, współpraca z organizacjami, w tym, ale nie wyłącznie, z innymi organizacjami charytatywnymi, instytucjami publicznymi i przedsiębiorstwami.
- 5) Realizację własnych projektów.
- 6) Inicjowanie, wspieranie przygotowania i realizacji projektów, akcji i kampanii społecznych, realizowanych przez inne organizacje pozarządowe, instytucje publiczne i przedsiębiorców w zakresie celów statutowych Fundacji.
- 7) Organizowanie i prowadzenie szkoleń, seminariów, konferencji, dyskusji, paneli, odczytów etc.,
- 8) Samodzielne pozyskiwanie i udzielanie pomocy w pozyskiwaniu pomocy finansowej i niefinansowej z różnych źródeł, w tym w szczególności z Funduszy Unii Europejskiej, jak i z innych źródeł prywatnych i publicznych dla organizacji pozarządowych i przedsiębiorców.
- 9) Organizowanie konkursów, zbiórek i innych przedsięwzięć, które mają na celu pozyskiwanie pomocy finansowej i rzeczowej.
- 10) Współprace z instytucjami krajowymi i zagranicznymi w zakresie edukacji, wymian osób i doświadczeń.

- 11) Popularyzowanie i propagowanie metod i technik współpracy oraz efektów programów prospołecznych realizowanych, współorganizowanych i inicjowanych przez Fundację, a także inne organizacje pozarządowe, administrację publiczną oraz przedsiębiorców, w szczególności na zasadzie partnerstwa.
- 12) Podejmowanie i prowadzenie działalności wydawniczej, publicystycznej i informacyjnej.
- 13) Inicjowanie, organizowanie imprez okolicznościowych, festynów, festiwali, projekcji, plenerów, galerii, przeglądów, targów, spotkań, wystaw, koncertów przedstawień.
- 14) Pozyskiwanie i przekazywanie dotacji, grantów.
- 15) Współpracę z mediami.

2. Zasady, formy i zakres działalności statutowej z podaniem realizacji celów statutowych (*opis rzeczywiście prowadzonej działalności statutowej w roku sprawozdawczym*)

Fundacja w celu realizacji swoich celów w sferze zadań publicznych prowadzi działalność pożytku publicznego w zakresie:

1. ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego;
2. ochrony i promocji zdrowia;
3. nauki, edukacji, oświaty i wychowania;
4. działalności na rzecz organizacji pozarządowych i innych instytucji działających w sferze działań Fundacji.

Działalność opisana w ust. 1 powyżej może być działalnością odpłatną jak i nieodpłatną, z tym że przychód z działalności odpłatnej pożytku publicznego służy wyłącznie prowadzeniu działalności pożytku publicznego.

Fundacja dla realizacji postawionych celów statutowych :

1. może wszechstronnie współdziałać z innymi organizacjami, instytucjami, w tym administracji publicznej i osobami fizycznymi i prawnymi,
2. może uczestniczyć jako członek w organizacjach zrzeszających fundacje i stowarzyszenia, o celach statutowych zbliżonych do celów Fundacji,
3. może tworzyć oddziały, zakłady, filie, a także przystępować do spółek z osobami prawnymi i fizycznymi,
4. może być członkiem zagranicznych i międzynarodowych organizacji o podobnym celu działania na warunkach określonych w ich statutach, jeżeli nie narusza to postanowień statutu Fundacji, polskiego prawa lub zobowiązań międzynarodowych,
5. może inicjować postępowania i przystępować do postępowań toczących się przed organami wymiaru sprawiedliwości oraz organami administracji publicznej w charakterze organizacji społecznej w sposób i na zasadach określonych w obowiązujących przepisach prawa.

W okresie sprawozdawczym Fundacja prowadziła faktyczną działalność statutową w zakresie:

- 1) Podnoszenia świadomości społecznej w zakresie korzyści zdrowotnych płynących ze spożywania większej ilości żywności i produktów pochodzenia roślinnego oraz zagrożeń dla zdrowia wynikających ze spożywania żywności i produktów pochodzenia zwierzęcego;
- 2) Podnoszenia świadomości społeczeństwa na temat wszystkich aspektów hodowli zwierząt i jej wpływu na zwierzęta i środowisko, w tym na zmiany klimatu;
- 4) Tam, gdzie jest to możliwe, aby wspierać realizację celów Fundacji, współpraca z organizacjami, w tym, ale nie wyłącznie, z innymi organizacjami charytatywnymi, instytucjami publicznymi i przedsiębiorstwami.
- 5) Realizacji własnych projektów.
- 6) Inicjowania, wspierania przygotowania i realizacji projektów, akcji i kampanii społecznych, realizowanych przez inne organizacje pozarządowe, instytucje publiczne i przedsiębiorców w zakresie celów statutowych Fundacji.
- 7) Organizowania i prowadzenia szkoleń, seminariów, konferencji, dyskusji, paneli, odczytów etc.,
- 10) Współpracy z instytucjami krajowymi i zagranicznymi w zakresie edukacji, wymiany osób i doświadczeń.
- 11) Popularyzowania i propagowania metod i technik współpracy oraz efektów programów prospołecznych realizowanych, współorganizowanych i inicjowanych przez Fundację, a także inne organizacje pozarządowe, administrację publiczną oraz przedsiębiorców, w szczególności na zasadzie partnerstwa.
- 12) Podejmowania i prowadzenia działalności wydawniczej, publicystycznej i informacyjnej.
- 14) Pozyskiwania i przekazywania dotacji, grantów.
- 15) Współpracy z mediami.

Ww. działalność prowadzona była w formie nieodpłatnej i odpłatnej.

- Fundacja ProVeg była również wiodącym głosem w kampanii "Veggie Burger Ban" w Polsce. Celem kampanii było nagłośnienie problematyki proponowanych przez Parlament Europejski poprawek, które wprowadzałyby nowe restrykcje dotyczące nazewnictwa roślinnych alternatyw mięsa i nabiału (poprawki 165 i 171 do rozporządzenia 1308/2013). Wprowadzenie tych poprawek w życie uderzyłoby w producentów, sprzedawców detalicznych, a także punkty gastronomiczne oferujące żywność pochodzenia roślinnego, a także wprowadzałyby w błąd konsumentów. W ramach kampanii, ProVeg:
 - o zainicjował petycję konsumencką, w ramach której w roku 2020 r. zebranych zostało w Polsce ponad 5,000 podpisów,
 - o nagłaśniał problematykę proponowanych poprawek w mediach, co zaowocowało 15 wiodącymi publikacjami medialnymi,
 - o współpracował z polskimi producentami żywności i organizacjami branżowymi w celu wypracowania wspólnych stanowisk w kwestii niniejszych poprawek

3. Opis głównych zdarzeń prawnych w działalności fundacji o skutkach finansowych

Fundusz założycielski - 4000,00 PLN

Grant Beyond Carnism - roczny grant na przeprowadzenie inicjatyw oraz działań przyczyniających się do realizacji zadań statutowych i działalności programowej. Kwota: 452425,00 PLN.

Grant MEAWT - przyznanie grantu na rzecz poszerzenia współpracy z biznesem w celu powstawania innowacyjnych spożywczych produktów roślinnych oraz budowania ich szerszej dostępności. Środki wpłynęły w roku sprawozdawczym i będą zgodnie z umową grantową wydatkowane w 2021 roku. Kwota: 38644,83 PLN.

Przygotowanie treści do video edukacyjnego kampanii CSR - Przygotujmy lepszy świat Kwota: 1100,00 PLN.

Szkolenia oraz ekspertyzy dla firm z branży spożywczej z zakresu zagadnień związanych z rynkiem/konsumentami roślinnych alternatyw produktów odzwierzęcych oraz opracowanie raportu nt. dostępnych na rynku mleki roślinnych i udział w webinarze na temat raportu "Nawyki żywieniowe Polaków w czasie izolacji". Łączna kwota 5800,00 PLN.

Współpraca z Polveg - Współpraca obejmuje wspieranie działań promocyjnych związanych z certyfikacją produktów (wegańskich i wegetariańskich) oznaczeniem V-Label. W ramach działań promocyjnych Fundacja ProVeg zobowiązuje się do promocji działań: na swoich kanałach w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram), na stronie internetowej www.proveg.com/pl, na eventach (w tym New Food Forum), do tworzenia i rozsyłania informacji prasowych związanych z certyfikacją produktów z oznaczeniem V-Label oraz do komunikacji o certyfikacji podczas szkoleń prowadzonych przez Fundację. Kwota: 39447,10 PLN.

Dotacje – Kwota 38,21 PLN.

Przygotowanie merytoryczne kampanii CSR - Przygotujmy lepszy świat. W ramach

zadania zrealizowano całościowe przygotowanie merytorycznego programu edukacyjnego dot. wpływu produkcji żywności na środowisko oraz aspektów związanych ze zdrowym odżywianiem. W wyniku pracy zostały przygotowane interaktywne lekcje oraz plansze edukacyjne, a także treści wykorzystywane na stronie internetowej i w innych kanałach komunikacyjnych programu. W zakres współpracy wchodziło również wsparcie PRowe programu jak udzielanie przez ekspertkę ProVeg wywiadów oraz współtworzenie informacji prasowych. Wyżej wymienione prace trwały od marca 2020 do jego końca i trwać będą nadal do sierpnia 2021 zgodnie z umową. Wtedy nastąpi też realizacja płatności w kwocie 45000,00 PLN.

4. Informacja czy fundacja prowadziła działalność gospodarczą (zaznaczyć odpowiednie)	NIE		TAK	x
5. Informacja o prowadzonej działalności gospodarczej według wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS (należy podać kody PKD działalności gospodarczej wpisanej do rejestru przedsiębiorców KRS wraz z ich opisem słownym oraz kody i opis słowny faktycznie prowadzonej działalności gospodarczej)				
1) Pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania (70.22.Z)				
2) Stosunki międzyludzkie (public relations) i komunikacja (70.21.Z)				
3) Badanie rynku i opinii publicznej (73.20.Z)				
4) Działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów (82.30.Z)				
5) Działalność wspomagająca edukację (85.60.Z)				
6) Pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane (85.59.B)				
7) Działalność pozostałych organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana (94.99)				
8) Pozostałe badania i analizy techniczne (71.20.B)				
9) Reklama, badanie rynku i opinii publicznej (73)				
10) Pozostała działalność wydawnicza (58.19.Z)				
11) Reprodukacja zapisanych nośników informacji (18.20.Z)				
12) Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet (47.91.Z)				
13) Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (47.99)				
14) Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach (47.19.Z)				

W okresie sprawozdawczym fundacja prowadziła następujące działania służące realizacji celów statutowych:

Przygotowanie kampanii CSR - PrzyGOTUJMY LEPSZY ŚWIAT

W ramach kampanii PrzyGOTUJMY LEPSZY ŚWIAT Fundacja ProVeg została partnerem merytorycznym ogólnopolskiego programu edukacyjnego z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) na lata 2020/2021. Program skierowany jest do uczniów klas 1-3 szkół podstawowych. Jego celem jest pokazanie dzieciom, że ich codzienne wybory żywieniowe mają znaczenie dla nich i dla naszej planety. W ramach współpracy Fundacja opracowała materiały edukacyjne - interaktywne lekcje oraz plansze, które służą nauczycielom przy realizacji programu, jak również wspierała działania PRowe. Dzieci oraz ich rodzice zostali poinformowani o tym, jak ważne jest zastąpienie produktów pochodzenia zwierzęcego alternatywnymi produktami roślinnymi, a także jak dokonać tej zmiany. W pierwszej edycji programu, rozpoczętej w październiku roku 2020 i zakończonej w marcu 2021, wzięło udział 1000 szkół z całej Polski. 43 tys. uczniów zamieniło blisko 85 tys. tradycyjnych posiłków na dania roślinne. Dzięki temu udało się im zaoszczędzić około 83 mln litrów wody i 677 tys. kg CO₂.

Dodatkowo współpraca obejmowała przeprowadzenie prezentacji, podczas której ponad 500 pracowników partnera kampanii, jednego z wiodących producentów żywności dowiedziało się więcej na temat wpływu produkcji zwierzęcej na środowisko.

Działania w ramach programu było prowadzone od marca 2020 roku do jego końca oraz będą nadal prowadzone w roku 2021, do zakończenia pierwszej edycji.

Konsultacje i współpraca z biznesem

Fundacja ProVeg przeprowadziła również szereg konsultacji biznesowych, m.in. szkoleń z zakresu rynku/konsumentów roślinnych alternatyw produktów odzwierzęcych, analizy produktów, testy konsumenckie oraz wsparcie PR i komunikacyjne dla producentów żywności, w tym liderów polskiego rynku. ProVeg Polska pojawiła się również w znaczącej liczbie publikacji i wydarzeń w branży spożywczej, m.in. webinarium na temat roślinnych alternatyw mięsa i mięsa hodowanego komórkowo dla portalu MEATplace, wystąpienie na kongresie online MEATing 2020 oraz panel dyskusyjny podczas polsko-holenderskiej misji handlowej dot. roślinnych alternatyw. W 2020 ProVeg Polska uruchomiła również dwa dodatkowe kanały komunikacji B2B: newsletter oraz profil na LinkedIn. Dodatkowo odświeżono sekcję strony www dedykowaną usługom dla firm oraz stworzono prezentację usług dla biznesu w formacie PDF.

We współpracy z jednostką certyfikującą V-Label w 2020 roku certyfikowanych i oznaczonych jako wegańskie lub wegetariańskie zostało ponad 400 nowych produktów, w tym liczne zamienniki mięsa, mleka i nabiału, a także wyroby cukiernicze i dania gotowe. Oznaczenie produktów jako wegańskie lub wegetariańskie jest cennym drogowskazem dla konsumentów przy dokonywaniu ich codziennych wyborów żywieniowych. Dzięki ścisłej współpracy z zespołem V-Label, Fundacja ProVeg stale konsultuje i wspiera producentów w zwiększaniu liczby produktów pochodzenia roślinnego dostępnych w polskich sklepach, a także w poprawie dostępności i wyboru produktów pochodzenia roślinnego w całym kraju. W ramach współpracy, oprócz konsultacji z producentami, ProVeg promuje certyfikat V-Label w swoich kanałach komunikacji.

Konferencja New Food Forum

W 2020 r. planowaliśmy także organizację drugiej edycji konferencji New Food Forum - wydarzenia biznesowego poświęconego roślinnym alternatywom dla produktów odzwierzęcych. Pomimo zaawansowanych prac, wydarzenie nie odbyło się ze względu na ówczesną sytuację epidemiologiczną i obowiązujące restrykcje.

Publikacja raportów rynkowych

W 2020 roku Fundacja ProVeg opublikowała 2 raporty:

1. We współpracy z partnerem korporacyjnym powstał raport "Nawyki żywieniowe Polaków w czasie izolacji"
2. W listopadzie zostało opublikowane polskie tłumaczenie międzynarodowego raportu ProVeg - "Żywność i Pandemie", którego celem było zbadanie wpływu masowej hodowli zwierząt na występowanie ryzyk pandemicznych (takich jak np. COVID-19). Raport został pobrany ok. 80 razy, a wnioski pojawiły się m.in. w kilku publikacjach medialnych oraz zostały przedstawione przez Fundację ProVeg podczas webinarium zorganizowanego przez Instytut Rozrodu Zwierząt i Badań Żywności Polskiej Akademii Nauk (ok. 300 uczestników).

Dodatkowo w ostatnich miesiącach 2020 roku rozpoczęto również prace nad raportem dla rynku spożywczego: "Roślinne alternatywy w Polsce: rynek, konsumenci i trendy". W tym celu przeprowadziliśmy spotkania z partnerami raportu, potwierdziliśmy jego założenia i strukturę, stworzyliśmy kwestionariusz z pytaniami do producentów żywności i sieci handlowych oraz wysłaliśmy go do wybranych przedsiębiorstw z prośbą o udzielenie odpowiedzi. Ich analiza posłuży nam do stworzenia treści raportu. Publikacja raportu została zaplanowana na pierwszy kwartał roku 2021.

Światowy Dzień Mleka Roślinnego

W wyniku współpracy z marką napoju roślinnego i wiodącym supermarketem online w 2020 roku powstała kolejna polska odsłona międzynarodowej kampanii "Światowy Dzień Mleka Roślinnego". Z tej okazji została przeprowadzona kampania społeczna, w której Fundacja ProVeg zachęca do spróbowania roślinnych zamienników mleka. Na tegoroczną odsłonę tej edukacyjnej akcji składały się trzy główne elementy: działania i promocje wprowadzone przez Partnerów kampanii, publikacja darmowego e-booka oraz komunikacja w social mediach. Celem kampanii było zachęcenie konsumentów do spróbowania zamienników krowiego mleka i pokazanie im, że roślinne napoje są nie tylko zdrowe i przyjazne środowisku, ale też smaczne i powszechnie dostępne. Bazą wiedzy był natomiast opracowany przez ProVeg darmowy e-book, w którym eksperci wyjaśniają, dlaczego mleko roślinne jest korzystne dla środowiska i zdrowia.

Edukacyjne działania komunikacyjne - PR & media

Informacje prasowe i materiały edukacyjne przygotowane przez Fundację ProVeg zostały udostępnione łącznie w ponad 200 publikacjach, w tym w mediach, takich jak Rzeczpospolita, Polsat, Onet, OKO.press, Wirtualna Polska, Money.pl, Forbes. Eksperci ProVeg wielokrotnie udzielali również wywiadów i wypowiedzi medialnych. Dzięki temu główne przekazy Fundacji były stale obecne w mediach masowych, docierając do szerokiego grona odbiorców.

Przez cały rok prowadzona była również regularna komunikacja poprzez media społecznościowe oraz stronę internetową. Dzięki edukacyjnym wpisom zamieszczonym na portalach Facebook, Instagram i Twitter oraz na blogu ProVeg, szerokie grono odbiorców miało okazję lepiej zapoznać się z 5 PRO. Każdy wpis informował o tym w jaki sposób bardziej roślinna dieta wpływa na smak, zdrowie, sprawiedliwość społeczną, dobrostan zwierząt oraz środowisko. Dodatkowo wpisy opatrzone były dedykowanymi grafikami, zwiększającymi ich atrakcyjność oraz budującymi identyfikację wizualną ProVeg.

Kampanie społeczne

W ostatnich miesiącach 2020 roku Fundacja ProVeg przygotowywała i rozwijała własne kampanie społeczne na rok 2021:

- Pierwszą polską edycję Veggie Challenge, do której tylko w grudniu 2020 zgłosiło się ponad 12 000 uczestników. Veggie Challenge to międzynarodowe, 30-dniowe, darmowe wyzwanie online, które pomaga jego uczestnikom rozpocząć przygodę z dietą roślinną. Wyzwanie jest nie tylko dobre dla ich zdrowia, ale także dla zwierząt i planety. W 2020 roku ruszyła Polska wersja kampanii, w ramach której przygotowano specjalną stronę internetową <https://veggiechallenge.pl/> oraz 30-dniowy mailing, z przepisami oraz poradami Veggie Challenge Coach'a. Uczestnicy mogą wybrać, czy chcą się zapisać na wyzwanie w wersji flekistariańskiej, wegetariańskiej lub wegańskiej. Dodatkowo stworzono dla uczestników dedykowaną, zamkniętą grupę na Facebooku, gdzie mogą wymieniać się doświadczeniami, przepisami, zadawać pytania. Kampania wystartowała w grudniu 2020. Veggie Challenge było promowane głównie na Facebooku i Instagramie, za pomocą płatnej kampanii reklamowej.
- Quiz "I am ProVeg". W 2020 roku rozpoczęto prace koncepcyjne i produkcyjne nad kampanią I am ProVeg Quiz (IAPV). Kampania nie tylko promuje misję ProVeg, ale również inspirowała do zmiany zachowań - buduje świadomość i zainteresowanie 5PRO ProVeg (zdrowie, środowisko, zwierzęta, sprawiedliwość, smak), inspirowała do ograniczenia spożycia produktów pochodzenia zwierzęcego i przejścia na dietę roślinną oraz generuje ambasadorów, którzy promują to przesłanie. IAPV jest angażujący i interaktywny, składa się z 20 pytań i kategoryzuje uczestników do 16 archetypów lub zawodów przyszłości, z których każdy ma inną misję, która wpływa na świat. Wyniki przedstawiają również działania, które uczestnicy mogą podjąć, aby już dziś przyczynić się do realizacji misji "50 by 40". Zakres prac w minionym roku obejmował dwie fazy:
 - Etap koncepcyjny - w ramach prac koncepcyjnych opracowano ideę kreatywną, mechanizm i algorytm quizu, niestandardowe pytania oraz 16 archetypów.
 - Logistyka i produkcja - w tej fazie testowano quiz pod kątem psychologicznym i socjologicznym, wyprodukowano stronę internetową <https://www.2040quiz.com/>, przygotowano grafiki i materiały do wystartowania z kampanią.

Polityka i rzecznictwo

Dodatkowo w 2020 roku Fundacja ProVeg była zaangażowana w liczne działania systemowe, zarówno krajowe, jak i międzynarodowe, mające na celu zmiany sprzyjające ograniczeniu konsumpcji produktów pochodzenia zwierzęcego. ProVeg zaangażował się w prace koalicji organizacji działających w obszarze kryzysu klimatycznego, edukując na temat wpływu wyborów żywieniowych na środowisko, m.in.:

- Program "Climate Leadership" koordynowany przez UNEP/GRID - publikacja artykułu merytorycznego do raportu "Biznes na rzecz zmiany 2019/2020" nt. znaczenia wyborów żywieniowych na klimat i środowisko. Ponadto: promocja raportu "Żywność i Pandemia" oraz udział w wydarzeniach i spotkaniach eksperckich organizowanych w ramach Programu
- Koalicja Klimatyczna - wsparcie apeli/stanowisk, udział w wydarzeniach organizowanych przez Koalicję, artykuły eksperckie

6. Odpisy uchwał zarządu fundacji (*należy przekazać odpisy uchwał zarządu fundacji w formie np. kserokopii, podjętych w okresie sprawozdawczym, którego dotyczy sprawozdanie, bądź wskazać, iż zarząd nie podejmował uchwał*)

W okresie sprawozdawczym nie zostały podjęte uchwały zarządu fundacji.

III. Informacja o wysokości uzyskanych przychodach fundacji w okresie sprawozdawczym

	Kwota (w podziale na formy płatności)	
	Przelew	Gotówka
1. Łączna kwota uzyskanych przychodów	416967,30 Zł	0
a. Przychody z działalności statutowej	346213,57 Zł	0
b. Przychody z działalności gospodarczej	49453,73 Zł	0
c. Pozostałe przychody (w tym przychody finansowe)	21300 Zł	0
2. Informacja o źródłach przychodów		
a. Przychody z działalności odpłatnej w ramach celów statutowych	0	0
b. Ze źródeł publicznych ogółem, w tym:	21300 Zł	0
- Ze środków budżetu państwa	21300 Zł	0
- Ze środków budżetu jednostek samorządu terytorialnego	0	0
e. Ze spadków, zapisów	0	0
f. Z darowizn	0	0
g. Z innych źródeł (<i>wskazać jakich</i>)	0	0
3. Jeżeli prowadzona działalność gospodarcza		
a. Wynik finansowy z prowadzonej działalności gospodarczej (<i>tj. przychody minus koszty</i>)	41826,88 Zł	
b. Procentowy stosunek przychodu osiągniętego z działalności gospodarczej do przychodu osiągniętego z pozostałych źródeł	10%	

IV. Informacja o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym

	Kwota (w podziale na formy płatności)	
	Przelew	Gotówka
1. Koszty fundacji ogółem	367099,86 Zł	0
a. Koszty realizacji celów statutowych	272084,30 Zł	0
b. Koszty działalności gospodarczej	7626,85 Zł	0
c. Koszty administracyjne (<i>czynsze, opłaty pocztowe, telefoniczne itp.</i>)	87388,16 Zł	0
d. Pozostałe koszty (w tym koszty finansowe)	0,55 Zł	0

V. Informacja o zatrudnieniu i wynagrodzeniu

1. Liczba osób w fundacji zatrudniona na podstawie stosunku pracy (<i>wg zajmowanego stanowiska</i>)	4
a. Liczba osób zatrudniona wyłącznie w działalności gospodarczej	0
3. Łączna kwota wynagrodzeń (<i>brutto</i>) wypłaconych przez fundację w okresie sprawozdawczym (wraz z pochodnymi od wynagrodzeń)	253426,40 Zł

a. Z tytułu umów o pracę (z podziałem na wynagrodzenia, nagrody, premie i inne świadczenia, z wyodrębnieniem całości tych wynagrodzeń osób zatrudnionych wyłącznie w działalności gospodarczej)	196282,60 ZŁ WYNAGRODZENIA POZOSTAŁE NIE WYSTĄPIŁY			
b. Z tytułu umów zlecenie	57143,60 ZŁ			
c. Wysokość rocznego lub przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia wypłaconego łącznie członkom zarządu i innych organów fundacji oraz osobom kierującym wyłącznie działalnością gospodarczą (z podziałem na wynagrodzenia, nagrody, premie i inne świadczenia)	8160,86 ZŁ			
d. Wysokości rocznego lub przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia wypłaconego osobom kierującym wyłącznie działalnością gospodarczą (z podziałem na wynagrodzenia, nagrody, premie i inne świadczenia)	0			
VI. Informacja o udzielonych przez fundację pożyczkach pieniężnych w okresie sprawozdawczym				
1. Fundacja udzielała pożyczek pieniężnych (zaznaczyć odpowiednie)	NIE	X	TAK	
2. Wysokość udzielonych pożyczek pieniężnych	NIE WYSTĄPIŁY			
3. Wskazanie pożyczkobiorców i warunków przyznania pożyczek	NIE WYSTĄPIŁY			
4. Statutowa podstawa udzielenia pożyczek pieniężnych	NIE WYSTĄPIŁY			
VII. Środki fundacji				
1. Kwoty zgromadzone na rachunkach płatniczych, ze wskazaniem banku w przypadku rachunku bankowego lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej (należy podać dane na koniec roku sprawozdawczego)				
SANTANDER BANK 160784,61 ZŁ				
2. Wysokość środków zgromadzonych w gotówce (należy podać dane na koniec roku sprawozdawczego)				160784,61 ZŁ
3. Wartość nabytych obligacji oraz wielkość objętych udziałów lub nabytych akcji w spółkach prawa handlowego ze wskazaniem tych spółek	4. Dane o nabytych nieruchomościach, ich przeznaczeniu oraz wysokości kwot wydatkowanych na to nabycie		5. Nabyte pozostałe środki trwałe	
NIE WYSTĄPIŁY	NIE WYSTĄPIŁY		NIE WYSTĄPIŁY	
6. Dane o wartościach aktywów i zobowiązań fundacji ujętych we właściwych sprawozdaniach finansowych sporządzanych dla celów statystycznych	Aktywa		Zobowiązania	
	214238,34 ZŁ		105750,48 ZŁ	
VIII. Dane o działalności zleconej fundacji przez podmioty państwowe i samorządowe (usługi, państwowe zadania zlecone i zamówienia publiczne) oraz o wyniku finansowym tej działalności)				
NIE BYŁO TAKIEJ DZIAŁALNOŚCI				
IX. Informacja o rozliczeniach fundacji z tytułu ciężących zobowiązań podatkowych, a także informacja w sprawie składanych deklaracji podatkowych				
WSZYSTKIE ROZLICZENIA PUBLICZNORAWNE DOKONYWANE SA W TERMINIE ZGODNIE Z OBOWIĄZUJĄCYMI PRZEPISAMI.				
X. Informacja, czy fundacja jest instytucją obowiązaną w rozumieniu ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (Dz.U. poz. 723, 1075, 1499 i 2215)	NIE	x	TAK	

XI. Informacja o przyjęciu lub dokonaniu przez fundację płatności w gotówce o wartości równej lub przekraczającej równowartość 10 000 euro, bez względu na to, czy płatność jest przeprowadzana jako pojedyncza operacja czy kilka operacji, które wydają się ze sobą powiązane, wraz ze wskazaniem daty i kwoty operacji

NIE WYSTĄPIŁY TAKIE PŁATNOŚCI

XII. Informacja o przeprowadzanych kontrolach w fundacji

1. Informacja, czy w fundacji była przeprowadzona kontrola (zaznaczyć odpowiednie)

NIE

X

TAK

2. Wyniki przeprowadzonej kontroli w fundacji (jeśli taka była)

NIE BYŁO KONTROLI W 2020 R.

Patrycja Hama

podpis członka zarządu fundacji*

.....

podpis członka zarządu fundacji*

Warszawa, 21.12.2021

miejsowość, data

*Podpisy co najmniej dwóch członków zarządu fundacji, jeżeli statut fundacji nie stanowi inaczej.