

BILANCIO SOCIALE 2004

FONDAZIONE BANCO ALIMENTARE EMILIA ROMAGNA



FONDAZIONE
EMILIA ROMAGNA
BANCO ALIMENTARE
Contro lo spreco, Contro la fame
O N L U S



I N D I C E

1. LETTERA DEL PRESIDENTE	Pag. 4
2. INTRODUZIONE AL BILANCIO SOCIALE	pag. 5
3. LA NOSTRA STORIA	pag. 7
4. VISION E MISSION	pag. 8
5. I VALORI FUNZIONALI	pag. 8
6. STRATEGIE	
Strategia UNO : raccogliere i prodotti alimentari	pag. 9
Strategia DUE : distribuire i prodotti alimentari ad enti e soggetti benefici	pag. 17
Strategia TRE : comunicare e ricercare fondi	pag. 19
Strategia QUATTRO : creare e distribuire valore aggiunto	pag. 22
7. LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA	pag. 27
8. MAPPA DEGLI STAKEHOLDER	pag. 30
9. PROGRAMMA DI SVILUPPO 2005	pag. 38

I. LETTERA DEL PRESIDENTE

Gli eventi di questi primi mesi dell'anno, ancor prima di raccontare le ragioni che ci hanno condotto a proporre il secondo Bilancio Sociale, mi rimandano la memoria alle origini della Fondazione Banco Alimentare ed alla storia percorsa fino ad oggi.

Il Banco Alimentare (Food Bank) è nato negli Stati Uniti, è presente da oltre 15 anni in Italia e ad oggi è operativo in 19 regioni con una rete di Fondazioni e Associazioni.

L'origine e la sua connotazione sono del tutto particolari rispetto al resto del mondo, tale peculiarità è da ascrivere allo spessore umano di due persone: il cavaliere Danilo Fossati e Don Luigi Giussani, che entusiasmatisi l'uno per l'altro durante un loro incontro, hanno immaginato che donare cibo a chi non ne ha rappresentasse un gesto di educazione popolare alla condivisione, alla carità, al desiderio di bene per i cristiani e non cristiani (tratto da: "La Carità del Popolo" Fondazione Banco Alimentare Onlus.)

Danilo Fossati: grande uomo e imprenditore che aveva partecipato con la sua azienda alla ricostruzione dell'Italia del "dopoguerra" e che come tutte le persone serie con se stesse provava una sensazione di incompiutezza nella propria vita, ci ha mostrato con la sua opera come un uomo di successo possa essere veramente uomo amando il destino degli altri.

Don Luigi Giussani: è impossibile definirlo se non con le parole citate da Papa Benedetto XVI: "Don Giussani era cresciuto in una casa povera di pane, ma ricca di musica, e così sin dall'inizio era toccato, anzi ferito, dal desiderio della bellezza, non si accontentava di una bellezza qualunque, di una bellezza banale: cercava la Bellezza stessa, la Bellezza infinita; così ha trovato Cristo, in Cristo la vera bellezza, la strada della vita, la vera gioia."

L'origine del nostro agire pesca dall'incontro con Don Luigi Giussani e i suoi amici che ci hanno indicato la strada per "costruire" la Fondazione Banco Alimentare in Emilia-Romagna. L'attività della Fondazione è molto semplice: il dono delle imprese, i volontari che danno il loro tempo e le loro capacità, gli enti e le associazioni di volontariato e di carità che distribuiscono alimenti ai poveri, i poveri che accettano un rapporto. Tutta la società è coinvolta non solo nell'aiuto materiale, ma nella corresponsabilità.

È inutile credere che sconfiggeremo la fame nel mondo con un'idea come è inutile pensare che solo lo Stato sia l'unico che abbia le capacità, in termini di tempo e denaro, di abbattere la povertà, ma siamo certi che il punto di partenza sia aiutare ciascuno, povero o ricco, a diventare libero e responsabile di sé.

Proponiamo allora il nostro secondo bilancio sociale sulla scia delle ragioni che ci hanno mosso lo scorso anno ad intraprendere l'avventura di redigerne la prima edizione.

La finalità principale che ci ha guidato è quella di tentare una valutazione e una rendicontazione dei risultati ottenuti e delle modalità intraprese per raggiungerli, partendo dagli impegni assunti per migliorare la gestione ordinaria della nostra attività e sopperire alle lacune individuate.

Questo strumento ci ha permesso di rendere più comprensibile l'impatto della Fondazione sulla realtà sociale della nostra regione e di comunicare l'assunzione di responsabilità che caratterizza le persone che assieme a noi e con grande serietà contribuiscono a costruire questa grande opera.

Roberto Giuliano Palmonari



2. INTRODUZIONE AL BILANCIO SOCIALE

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna, redige per il secondo anno il bilancio sociale per dare maggiore trasparenza e visibilità a tutto ciò che costituisce la sua struttura, le sue attività e i suoi processi che di anno in anno si consolidano e rafforzano in un'ottica di sviluppo continuo. Nella redazione del Bilancio 2004 un primo dato rilevante è il maggior coinvolgimento degli stakeholder chiamati a collaborare attraverso alcune interviste alla definizione della storia della Fondazione.

Si è infatti deciso di sostituire al classico elenco cronologico di eventi che generalmente si utilizza nel raccontare la storia, con una serie di testimonianze di stakeholder della Fondazione, dai finanziatori ai beneficiari. In questo modo è messo in evidenza un aspetto originario e caratterizzante della Fondazione ossia il suo essere costitutivamente fondata e continuamente rigenerata nel tempo dall'incontro con persone che, affascinate dall'esperienza del Banco Alimentare, hanno iniziato a contribuire ognuno con le proprie capacità.

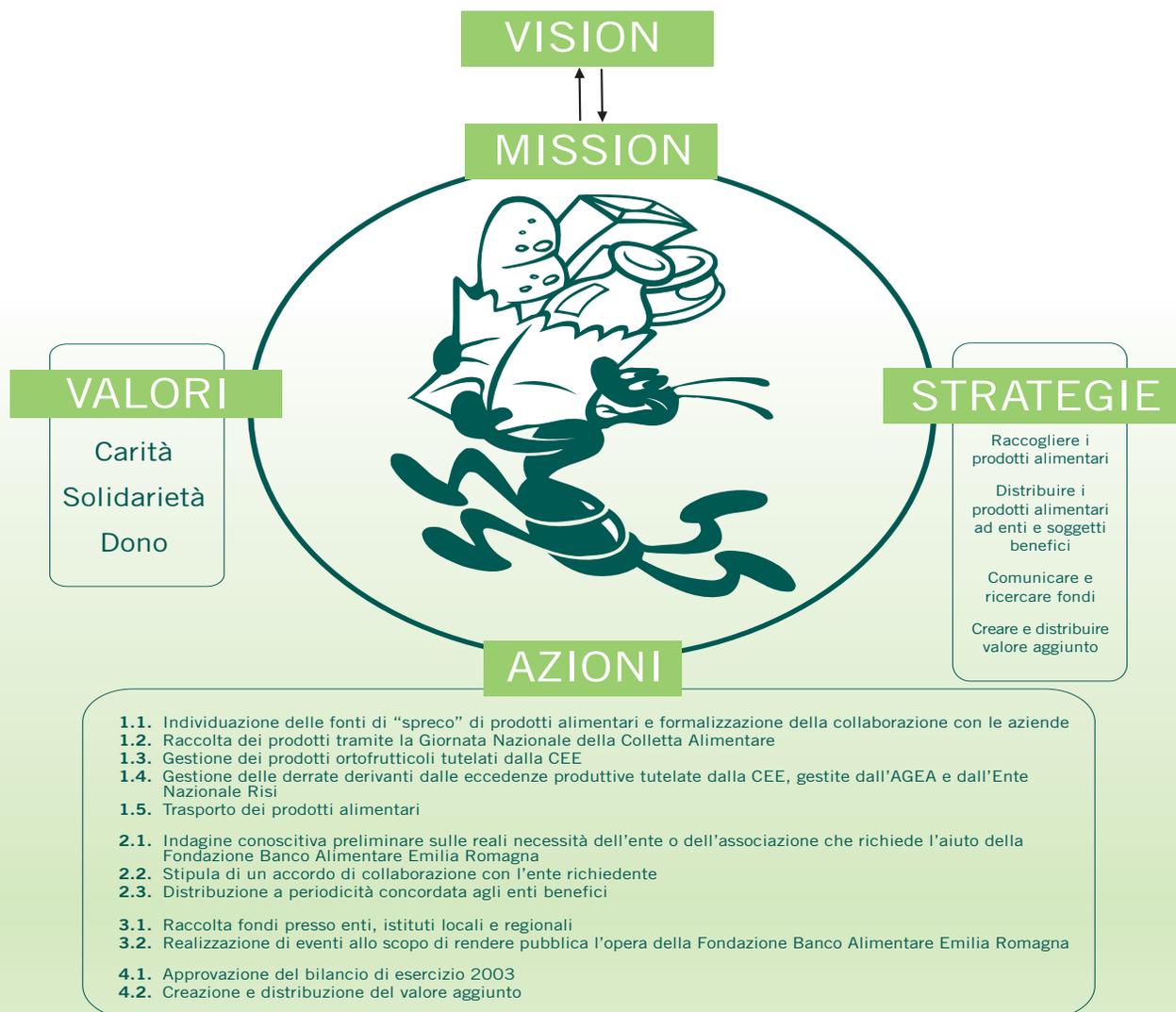
In questo Bilancio è stata approfondita, attraverso l'invio di 650 questionari agli stakeholder della Fondazione, l'analisi qualitativa di questi rapporti d'interesse per verificarne la stabilità, l'utilità ed anche fare emergere eventuali lacune.

Sono infatti i rapporti con le persone e le dinamiche che da esse scaturiscono che costituiscono la Fondazione stessa e che hanno permesso di realizzare un vero e proprio sistema di collaborazione con aziende alimentari, Grande Distribuzione Organizzata, Enti o soggetti benefici, che permettono alla Fondazione di raccogliere prima e distribuire poi, i prodotti alimentari destinati alle persone bisognose. Questo sistema di collaborazione è completato da soggetti pubblici e privati che, tramite il loro sostegno finanziario, permettono la creazione di una base solida su cui la Fondazione Banco Alimentare può continuare a costruire.

Per questo il bilancio sociale serve a rendere più consapevoli tutti coloro che fanno parte di questo sistema di collaborazione, coscienti del contributo che con la loro iniziativa portano alla comunità.

Il bilancio sociale nel suo complesso rappresenta una sorta di carta di identità della Fondazione che descrive i legami che, con una certa coerenza, connettono gli impegni contenuti nella missione e nei valori funzionali con le strategie, le attività realizzate e i risultati conseguiti. La coerenza è il tratto caratteristico della architettura strategica che è utilizzata nel definire le caratteristiche essenziali del bilancio sociale illustrate dal seguente schema.





L'utilizzo di questo modello permette di definire un sistema di misurazione e rendicontazione dei risultati sociali conseguiti dalla Fondazione Banco Alimentare, a partire dagli impegni indicati nella missione, che risulti utile anche alla gestione strategica della Fondazione stessa.

Nel realizzare questo Bilancio Sociale si è inteso inoltre rappresentare il coinvolgimento diretto di numerosi attori sociali e degli stessi destinatari finali, la cui rete di relazioni costituisce il “capitale sociale” della Fondazione Banco Alimentare, definito appunto come sistema di relazioni fiduciarie atte a favorire tra i partecipanti la capacità di riconoscersi e intendersi, di scambiarsi informazioni, di aiutarsi reciprocamente e di cooperare a fini comuni.

Oltre al “capitale sociale” il bilancio riporta il “capitale fisico” in termini di valore aggiunto ripartito in base ai principali gruppi di destinatari. Ciò rappresenta i benefici economici prodotti e redistribuiti dalla Fondazione nelle relazioni con i propri stakeholder.

Dall'analisi di questi stessi dati si comprende l'importanza attribuita al “capitale umano” rappresentato sia dalle strategie e dalle azioni finalizzate a promuovere e a sostenere le capacità e le abilità delle persone, sia dal valore aggiunto generato dalla Fondazione con i principali stakeholder.

Il capitale sociale, materiale e personale sono pertanto i principali termini per una misurazione dell'impatto sociale della Fondazione Banco Alimentare sulla comunità.

3. LA NOSTRA STORIA

La storia della Fondazione è determinata dallo svilupparsi continuo di rapporti di collaborazione con persone che incontrando l'esperienza della Fondazione Banco Alimentare E.R. decidono di aderirvi operativamente.

■ *Ho conosciuto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna tramite il Direttore Giovanni De Santis e mi ha colpito la grande adesione al senso profondo dell'iniziativa da parte di tantissimi miei concittadini. Con loro collaboro sia come Sindaco sia come cittadino partecipando ogni anno alla colletta.*
Massimo Marchignoli - Sindaco di Imola

■ *Ho conosciuto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna circa 5 anni fa attraverso l'amicizia con il suo presidente. Cosa mi ha colpito? Le persone. Persone speciali, che quando le vedi, quando ci parli, capisci subito che fanno questo per un motivo speciale. E' una cosa evidente, non puoi fare a meno di notarlo. Persone con un fuoco dentro, che le fa pensare, agire e lavorare per amore di qualcosa'altro. Con loro la nostra azienda collabora attraverso piccole sponsorizzazioni ed attraverso l'offerta di prodotti per cene e manifestazioni benefiche.*

David Navacchia - Tre Monti Srl

■ *Ho conosciuto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna attraverso la giornata nazionale della colletta alimentare. Mi ha colpito la capacità di adeguarsi prontamente alle situazioni nuove, tenendo conto della realtà con cui si imbatte, per migliorare continuamente il servizio agli enti assistiti. Collaboro a Parma organizziamo da oltre 4 anni la distribuzione in loco. Tutto è nato dal fatto che molti enti non potevano recarsi a Imola, perciò organizziamo una volta al mese la distribuzione agli enti: arriva a Parma un camion della Fondazione ed alcuni volontari scaricano la merce e la ricaricano sui mezzi degli enti assistiti (non solo di Parma e provincia, ma anche alcuni di Reggio Emilia e Piacenza). Questo ha portato anche un aumento considerevole degli enti convenzionati.*

Stefano Demaldè - Volontario

■ *Ho conosciuto questa attività attraverso un sacerdote. La cosa che più mi ha dato fiducia è il fatto che si basa su persone che vivono loro stesse una forte spiritualità cristiana, legata al Movimento Comunione e Liberazione che io ammiro molto. La collaborazione con loro è innanzitutto la condivisione degli ideali. Poi ad ognuno è chiesto di percorrere la sua strada. Noi abbiamo la fortuna di poter*

attingere alle attività del Banco Alimentare e ne siamo molto grati.

Iliana Così - Associazione Balletto Classico

■ *Ho conosciuto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna tramite amici impegnati nella sua organizzazione.*

Di loro mi ha sempre colpito la determinazione dei collaboratori volontari ed il grande senso etico dell'iniziativa. Sono fatti che fanno ragionare. Collaboro con loro attraverso erogazioni della Fondazione Cassa di Risparmio, mirate a specifici progetti.

Sergio Santi - Presidente Caris Imola

■ *Dopo la caduta del Muro di Berlino è cessata l'attività di aiuto ai paesi dell' est tramite il "centro aiuti internazionali", con l'amico De Santis ed altri abbiamo fondato il "banco", come ci era stato chiesto.*

Mi ha colpito l'enorme quantità di prodotti che verrebbero "sprecati" senza il "banco".

Aiuto la Fondazione a gestire il magazzino di appoggio a Faenza e quando è necessario aiuto il magazzino di Imola infine collaboro nel Consiglio Direttivo.

Italo Bellosi - Volontario

■ *Abbiamo seguito sulla stampa l'attività della Fondazione Banco Alimentare (Coordinamento Nazionale) e dato l'apprezzamento dell'attività svolta, abbiamo contattato il dott. Lucchini. In occasione della sua gradita visita in Comunità (17 gennaio 2001) è stata così possibile approfondire la reciproca conoscenza e delineare gli spunti per avviare una collaborazione che nel tempo si è sempre più consolidata. Attualmente stiamo collaborando con il magazzino di Imola della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna. Le consegne avvengono con frequenza mensile, previo accordo telefonico. I costi di trasporto sono interamente sostenuti dalla Fondazione.*

Siamo soddisfatti del servizio che la Fondazione ci sta offrendo, così come del cordiale rapporto che si è instaurato con gli operatori del magazzino di Imola.

Giacomo Muccioli - San Patrignano



4. VISION E MISSION

VISION

Quando nel 1999 festeggiavamo a Roma i primi 10 anni del Banco Alimentare in Italia, ci raggiunse uno dei fondatori con il seguente messaggio:

“In un tempo che ha smarrito il valore infinito della persona concreta, perché ha dimenticato la tradizione cristiana, siete chiamati a rinnovare lo spettacolo della condivisione gratuita del destino dei fratelli uomini, a imitazione di Gesù di Nazareth, che ha dato la vita per i suoi amici, anche soccorrendoli nei bisogni fisici quando li sfamò a migliaia moltiplicando i pani e i pesci. Di questo miracolo, che solo la grazia di Dio può compiere, il mondo ha bisogno per ritrovare una speranza che sostenga l’infinita fatica del vivere”.

Il contenuto di questo messaggio è ciò che muove il nostro desiderio di costruire fatti che educano noi e le persone che incontriamo alla carità e alla solidarietà.

MISSION

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna è una organizzazione non profit di persone che perseguono il miglioramento sociale ed economico di uomini e donne in stato di povertà e della comunità intera, a partire dalla soddisfazione del bisogno primario del cibo.

Per raggiungere questo scopo si avvale, promuovendone la sensibilizzazione presso i produttori e le industrie, della raccolta delle eccedenze idonee al consumo umano delle produzioni agricole e dell’industria alimentare, per ridistribuirle ad Associazioni ed Enti caritativi che si occupano di assistenza e di aiuto ai poveri ed agli emarginati.

Inoltre, assicura tramite la solidarietà di singole persone che operano con professionalità e dedizione, nel rispetto delle leggi vigenti e utilizzando strutture adeguate alla conservazione, lo smistamento e la consegna di alimenti igienicamente sicuri e idonei al consumo umano.

5. VALORI FUNZIONALI

I valori su cui si fonda la nostra attività sono essenzialmente tre: carità, solidarietà e dono.

L’esperienza cristiana da cui l’avventura della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna è nata, ha educato coloro che si sono imbattuti in essa al significato di parole così importanti e oggi così diffusamente utilizzate.

CARITÀ: La Fondazione è impegnata nelle sue attività a facilitare il cammino di ciascuno che vi opera sostenendolo nell’incontro con l’altro al fine di aiutarlo a vivere da protagonista il proprio destino e a non sentirsi solo. Per questo svolge i propri servizi senza calcolo, gratuitamente.

SOLIDARIETÀ: la solidarietà è una caratteristica naturale dell’uomo che nasce dalla consapevolezza che “io” e “altro” si appartengono e che si trasformano in “noi”. La Fondazione pone al centro di ogni sua opera il valore e il bene della persona. Il gesto di solidarietà, per compiersi, chiede di essere ricollocato nel più vasto orizzonte della carità. Infatti, la solidarietà è volere il bene dell’altro, e condividere il suo destino.

DONO: è qualcosa che si può dare all’altro perché si riconosce di averlo ricevuto. Proprio perché si riceve gratuitamente, si può donare altrettanto gratuitamente. Le persone che costruiscono l’azione del Banco Alimentare riconoscono di aver ricevuto il dono assoluto della vita assieme all’altro grande dono del suo significato cristiano.

Questo è ciò che muove l’opera della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna – dai particolari alla grande iniziativa – ed è ciò che ha sempre voluto esprimere con lo slogan “condividere i bisogni per condividere il senso della vita”.

6. STRATEGIE

■ STRATEGIA UNO:

RACCOGLIERE I PRODOTTI ALIMENTARI

AMBITO DI INTERVENTO

La Regione Emilia-Romagna è caratterizzata da una forte presenza di industrie del settore alimentare e di punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata, che generano una notevole quantità di eccedenze ancora perfettamente commestibili ma non più commercializzabili per i seguenti possibili motivi:

- Scadenza ravvicinata dei prodotti
- Errori di grammatura o etichettatura delle confezioni
- Imballaggi danneggiati
- Modifica dell'immagine del prodotto
- Variazione della ricetta per la realizzazione del prodotto
- Lancio di una nuova linea di prodotti
- Prodotti che riportano nella confezione la pubblicità di un concorso a premi

La differenza sul territorio emiliano-romagnolo fra aziende donatrici e aziende presenti che quindi potenzialmente potrebbero diventarlo è risultata molto consistente, evidenziando le importanti potenzialità di sviluppo della Fondazione Banco Alimentare in questa regione.

Al fine di quantificare tali potenzialità, si propone un confronto, considerando la regione Emilia Romagna, fra il numero di aziende alimentari donatrici ed il numero di quelle presenti nella regione con una produzione tale da generare un volume di eccedenze consistente.

Infatti, in relazione alle capacità attuali della Fondazione Banco Alimentare, non è possibile effettuare ritiri di alimenti presso le innumerevoli piccole imprese presenti in Emilia-Romagna. Inoltre, considerando le esigue produzioni che caratterizzano tali attività, è ragionevole pensare che le eccedenze prodotte siano piuttosto modeste e che, quindi, il loro

recupero comporti costi di ritiro esorbitanti rispetto al valore della merce.

Composizione percentuale delle imprese donatrici sul totale delle imprese alimentari in Emilia Romagna¹

	Aziende donatrici sul totale delle Aziende in Emilia Romagna (%)
Grandi	23,29
Medie	3,85
Piccole	0,78
Totale	2,76

OBIETTIVO

L'approvvigionamento attraverso il recupero delle eccedenze alimentari al fine di evitarne lo spreco e utilizzare così le eccedenze per aiutare i bisognosi. "Raccogliere prodotti alimentari" consiste quindi nell'individuazione delle fonti di "spreco" nella catena agro-alimentare, nella raccolta e nello stoccaggio delle merci presso i propri magazzini.

ATTIVITÀ SPECIFICHE:

- 1.1** Individuazione delle fonti di "spreco" di prodotti alimentari e formalizzazione della collaborazione con le aziende
- 1.2** Raccolta di prodotti tramite la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare
- 1.3** Gestione dei prodotti ortofrutticoli tutelati dalla CEE
- 1.4** Gestione delle derrate derivanti dalle eccedenze produttive tutelate dalla CEE, gestite dall'AGEA e dall'Ente Nazionale Risi
- 1.5** Trasporto dei prodotti alimentari

1.1 Individuazione delle fonti di "spreco" di prodotti alimentari e formalizzazione della collaborazione con le aziende

La Fondazione incontra aziende potenzialmente interessate all'attività di recupero delle eccedenze attraverso:

¹ Tratto da tesi di laurea di Valeria Altamura "Il caso del Banco Alimentare"



- L'attività di *telemarketing*
 - Il passaparola delle aziende che già collaborano
 - La segnalazione da parte degli "amici" della Fondazione
 - La comunicazione imponente durante la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare
 - Il sito internet attraverso cui le aziende si mettono in contatto con la Fondazione
- Con l'azienda inizia una collaborazione e viene stipulato un accordo in cui entrambe le parti si impegnano a svolgere il loro compito nel rispetto della legge vigente:

Le aziende cedono gratuitamente e perfettamente commestibili le loro eccedenze.

La Fondazione ha la responsabilità di una corretta conservazione e distribuzione secondo il rispetto delle esigenze commerciali e di immagine delle aziende. Inoltre si garantisce la tracciabilità dei prodotti in uscita dai magazzini, che permette di individuare il percorso che i pro-

dotti hanno fino al consumatore finale. La distribuzione e la tracciabilità sono possibili attraverso l'ausilio di un programma informatico, elaborato appositamente e gratuitamente da nostri consulenti.

Quest'anno è stata proposta alle aziende, che già collaborano con la Fondazione, la Colletta Aziendale. Si è svolta a livello nazionale nel marzo 2004. L'obiettivo di questo progetto pilota è stato quello di individuare una fonte alternativa di approvvigionamento. Memori della semplicità del gesto di donare da parte di tutti coloro che permettono lo svolgimento della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare si è pensato di proporre alle aziende un gesto altrettanto semplice: effettuare una donazione straordinaria nel periodo di marzo di prodotti alimentari e non di eccedenze. E' stato scelto questo periodo perché si è riscontrato un calo degli approvvigionamenti, mentre la domanda rimane costante.

INDICATORI QUANTITATIVI

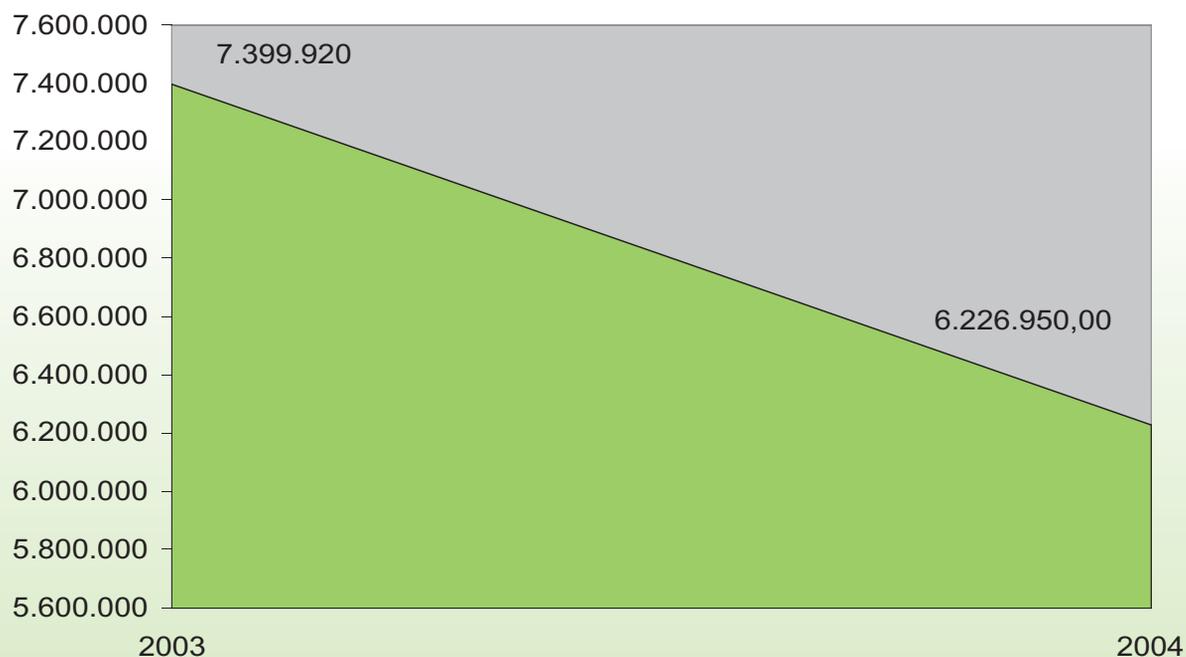
Numero di aziende, quantità raccolte e relativo valore monetario (2004)

	BO	PC	RA	PR	FC	FE	RE	MO	RN	TOT
N. Azienda	31	2	5	8	9	6	2	12	1	76
Quantità raccolte (TN)	490,31	60,38	810,12	195,59	91,14	231,98	21,38	174,45	0,3	2075,65
Valore Monetario* (€)	1225775	150950	2025300	488975	227850	579950	53450	436125	750	14217925

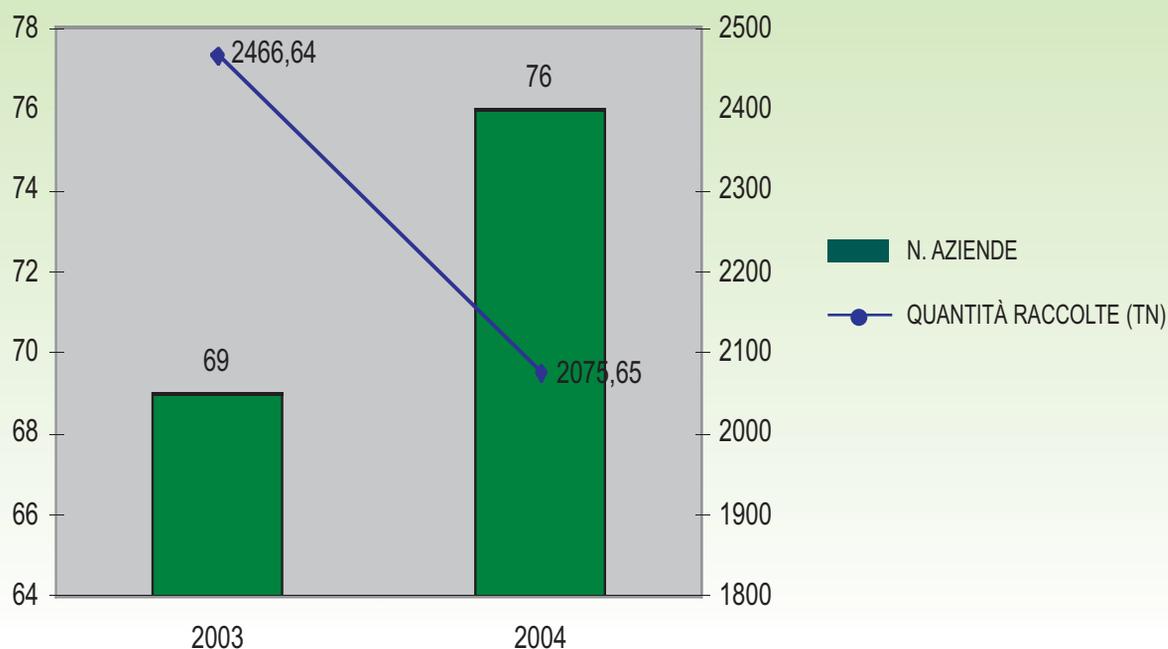
* Il valore monetario (espresso in €) dei prodotti raccolti viene calcolato in base ad un valore convenzionale medio al Kg stabilito con la Fondazione Banco Alimentare ONLUS (coordinamento nazionale). Il valore medio per il 2004 è di 3,00 € per Kg. Nell'anno 2003 il valore medio era di 2,50 €. In tutti i grafici che seguono dove i dati del 2004 vengono confrontati con i dati relativi al 2003 si è usato il valore medio convenzionale scelto per il 2004. Per questo motivo variano le quantità del valore monetario del 2003 rispetto ai valori dichiarati nel Bilancio Sociale del 2003.



VARIAZIONE VALORE MONETARIO 2003/2004



QUANTITÀ RACCOLTE PER NUMERO AZIENDE 2003-2004

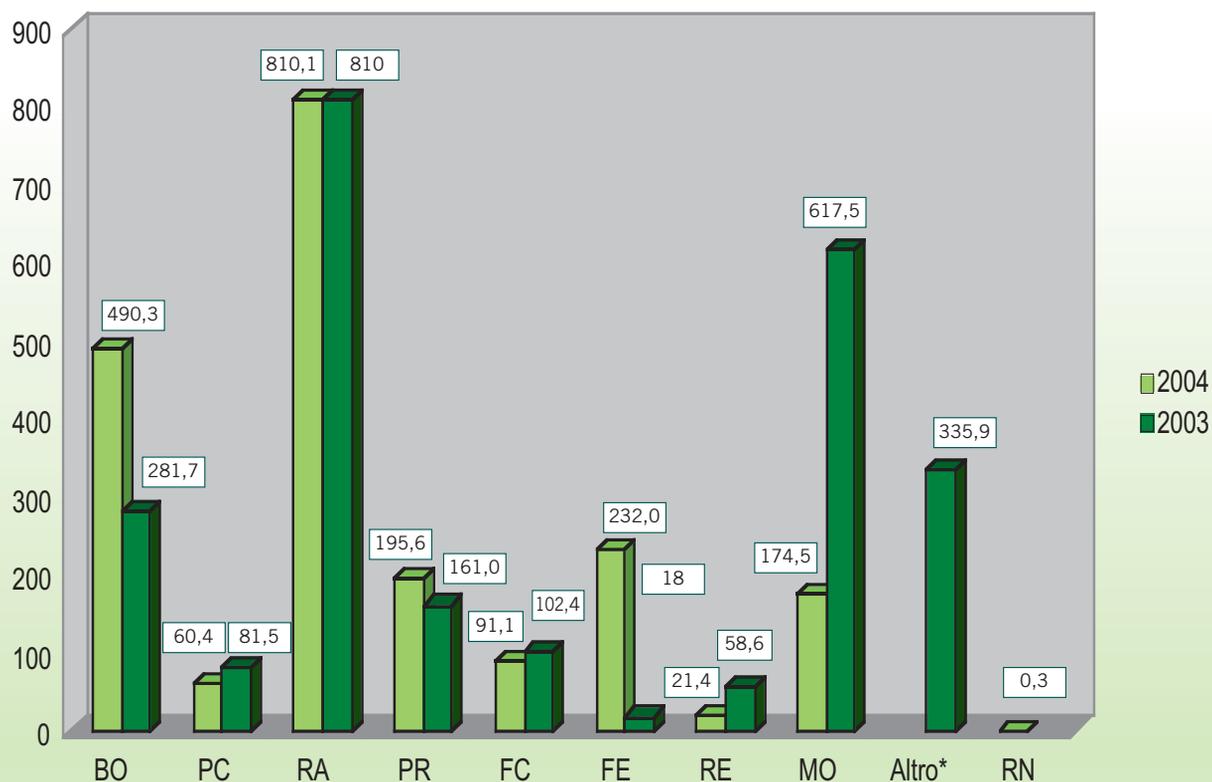


Il miglioramento tecnologico che le aziende perseguono per essere sempre più competitive ed efficienti fa sì che tendano a diminuire le eccedenze recuperabili. Per questo motivo si segnala la diminuzione nel 2004 delle quantità raccolte a cui corrisponde l'aumento del numero delle aziende donatrici. L'aumento delle

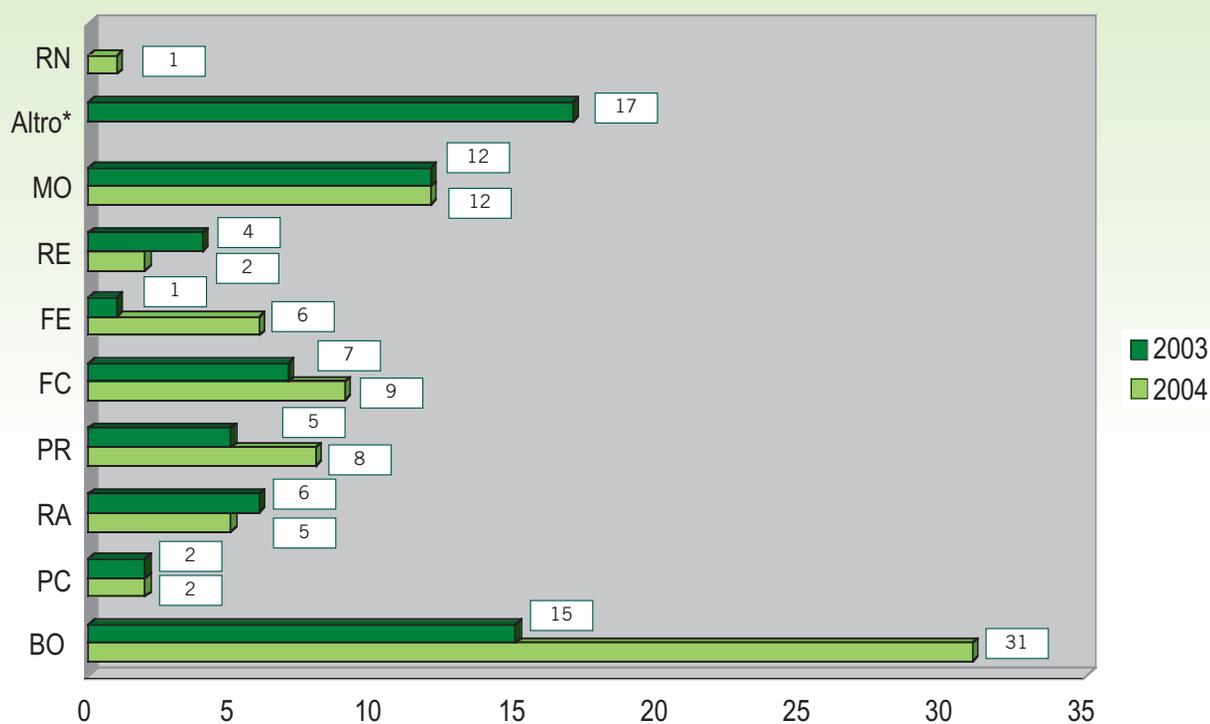
aziende donatrici non colma la differenza quantitativa delle tonnellate raccolte. Pertanto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna sta cercando di impegnare le proprie risorse in modo sistematico per la ricerca delle aziende alimentari al fine di recuperare quantità maggiori di eccedenze.



VARIAZIONE QUANTITATIVA (TN) PRODOTTI RACCOLTI 2003-2004



VARIAZIONE NUMERO AZIENDE PER PROVINCIA 2003-2004



Altro* riguarda il 2003, si intendono le aziende situate al di fuori della regione Emilia Romagna

1.2 RACCOLTA DEI PRODOTTI TRAMITE LA GIORNATA NAZIONALE DELLA COLLETTA ALIMENTARE

L'ultimo sabato di Novembre si tiene la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare.

Questa giornata è uno strumento che permette di condividere i bisogni a livello popolare. L'evento coinvolge tantissime persone che donando tempo e/o la spesa aiutando con un gesto semplice i bisognosi, pertanto è una reale occasione di cambiamento personale e civile che permette di lasciarsi educare alla gratuità.

I Volontari

I volontari in Emilia Romagna sono **10.000**: dai responsabili zionali e dei punti vendita, che iniziano ad organizzare la colletta già dal mese di settembre, ai trasportatori e ai volontari i quali con estrema gratuità aiutano la raccolta dei beni alimentari nei vari supermercati, attraverso la sensibilizzazione dei clienti del supermercato e l'imballaggio di tutti i prodotti donati.

Raccolta della spesa

La Colletta si svolge all'interno dei supermercati (630 in Emilia Romagna), che aderiscono all'iniziativa, ci sono volontari che con la loro disponibilità coprono l'orario di apertura del supermercato, consegnano un volantino spiegando brevemente l'iniziativa ai clienti; in particolare si cerca di raccogliere quei prodotti che dif-

ficilmente si recuperano durante l'attività ordinaria, come ad esempio gli omogeneizzati e altri prodotti per bambini.

Confezionamento e ritiro dei prodotti

Ogni cliente che liberamente ha fatto la spesa per il Banco Alimentare la consegna all'uscita, dove ci sono altri volontari che confezionano i prodotti che poi vengono ritirati dai trasportatori e trasferiti nei magazzini preposti, per agevolare lo stoccaggio dei prodotti raccolti si affittano in ogni provincia dei magazzini di appoggio.

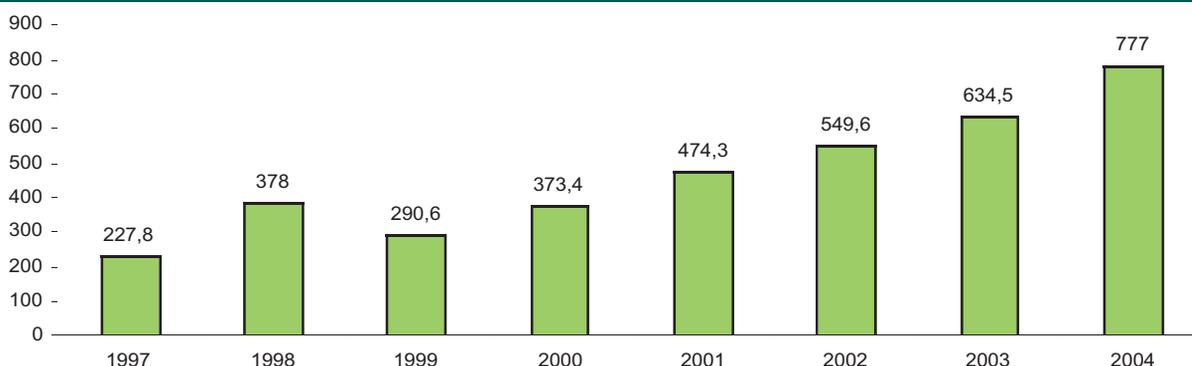
Promozione

La comunicazione di questo evento è importante per raggiungere un numero rilevante di persone pertanto la Fondazione Banco Alimentare ONLUS (Coordinamento Nazionale) e le Fondazioni e Associazioni Regionali investono molto in una comunicazione di massa e capillare, partendo dal coinvolgimento nell'organizzazione degli enti caritativi che collaborano con la fondazione durante l'anno, per arrivare ad utilizzare gli strumenti classici di comunicazione: i *mass media*, i quotidiani, le riviste, l'utilizzo della cartellonistica pubblicitaria, *l'house organ* dei supermercati e altro ancora.

L'iniziativa è patrocinata dalla Presidenza della Repubblica, dall'Associazione Nazionale Alpini, dalla Società San Vincenzo De' Paoli e dalla Federazione dell'Impresa Sociale, dalla Regione Emilia-Romagna, nonché da molti Comuni e Province della regione.

INDICATORI QUANTITATIVI

Prodotti alimentari raccolti (TN) in occasione della Colletta Alimentare in Emilia Romagna (1997-2004)



Volontari che hanno aderito alla Colletta Alimentare per funzione organizzativa (2004)

Funzione	N. Volontari
Responsabili Regionale	2
Responsabili Zonali	15
Responsabili dei Punti Vendita	663
Trasportatori	320
Altri volontari	9.000
TOTALE	10.000

1.3 GESTIONE DEI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI TUTELATI DALLA CEE

La Fondazione Banco Alimentare ONLUS (Coordinamento Nazionale) instaura i contatti con le associazioni dei produttori ortofrutticoli e stipula una convenzione in base alla quale, qualora durante la campagna ortofrutticola in corso si verificassero delle eccedenze, dovute alla discordanza tra domanda e offerta, i produttori potranno conferire una percentuale di tali eccedenze ai Banchi Alimentari regionali, previa autorizzazione dell'ufficio preposto di ogni Amministrazione Regionale.

La CEE effettua il rimborso dei trasporti alla Fondazione del Banco Alimentare Emilia Romagna ed il pagamento delle derrate al produttore.

La collaborazione fra Fondazione Banco Alimentare ONLUS (Coordinamento Nazionale) attraverso le fondazioni e i banche regionali e la CEE è iniziata nel 1994. Si è consolidata in questi anni, grazie alla professionalità della Fondazione Banco Alimentare ONLUS e tutte le Fondazioni e Banche regionali che rendono possibile questa attività.

In Emilia Romagna diverse volte sono stati effettuati controlli dagli ispettori inviati dalla Regione sulla qualità del prodotto e sulla documentazione relativa alla distribuzione tramite il registro di carico e scarico della Fondazione Banco

Alimentare Emilia Romagna e degli Enti Caritativi. Questi controlli sono sempre risultati positivi permettendo così la prosecuzione della collaborazione.

INDICATORI QUANTITATIVI:**Produttori ortofrutticoli per province 2004**

Produttori Ortofrutticoli	4
Quantità raccolte (TN)	537
Valore Monetario (€)	1.610.856

1.4 GESTIONE DELLE DERRATE DERIVANTI DALLE ECCEDENZE PRODUTTIVE TUTELATE DALLA CEE, GESTITE DALL'AGEA E DALL'ENTE NAZIONALE RISI

L'Unione Europea attraverso l'AGEA (Agenzia per l'Erogazione in Agricoltura del MIPAF) e l'Ente Nazionale Risi, effettua dei bandi per la trasformazione delle materie prime in prodotti finiti i quali poi vengono distribuiti agli enti caritativi in base al numero di assistiti.

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna funge da intermediario fra l'Ente e l'AGEA raccogliendo e controllando le richieste di ogni Ente, i quali singolarmente non avrebbero la disponibilità di magazzini atti a conservare in modo adeguato i prodotti.

Il coordinamento di questa attività lo svolge la Fondazione Banco Alimentare, che si occupa di richiedere i prodotti per ogni Associazione e Fondazione Banco Alimentare in Italia, in seguito in base al numero di assistiti ogni Banco Alimentare si preoccupa del ritiro, trasporto e distribuzione agli Enti.

1.5 TRASPORTO DEI PRODOTTI ALIMENTARI

I prodotti alimentari derivanti dalle eccedenze aziendali, dalle collette, dall'AGEA e dall'Ente Nazionale Risi vengono ritirati e stoccati dalla Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna, con mezzi di

trasporto frigoriferi di proprietà o si avvale di trasportatori specializzati. In alcuni casi sono le aziende che consegnano le eccedenze al magazzino preposto.

Si ringraziano per lo svolgimento di questa attività i trasportatori che si occupano del recupero e della distribuzione dei prodotti:

G.D. TRASPORTI – Sala Bolognese
AUTOTRASPORTI G.D. – Imola

CLAI – Imola

SISAL FIBRE – Imola

POLIFLOR – Faenza

SARTI PIETRO – Faenza

CONSAI – Imola

CAVALIERI AUTOTRASPORTI – Bologna e Parma

TRANSFERO di Massimo Baraldini – San Felice sul Panaro

INDICATORI SINTETICI DI STRATEGIA¹:

Quantità di prodotti alimentari raccolti e relativo valore monetario

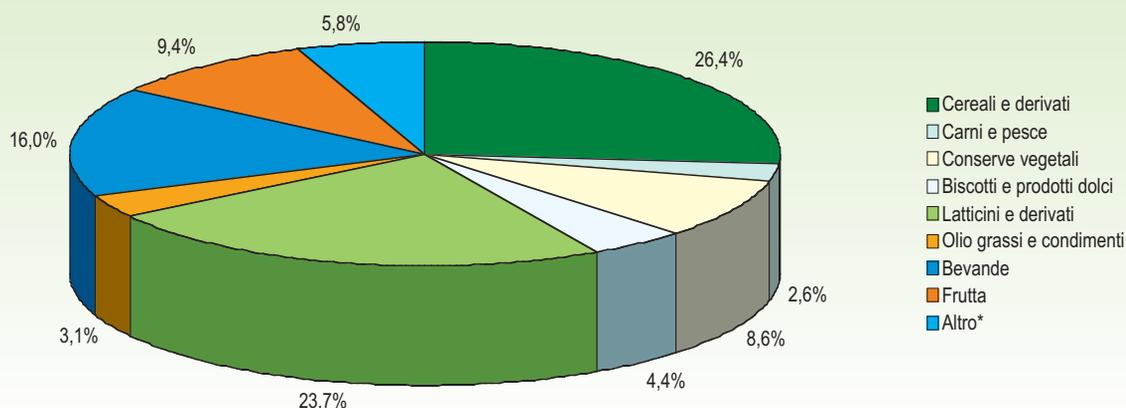
	2003	2004
Tonnellate Raccolte	5.663	5.695
Valore Monetario	16.989.000	17.085.528

¹ Questi indicatori riassumono tutti i dati presenti nelle attività correlate alla strategia appena esposta

QUANTITÀ (TN) RACCOLTE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO

Cereali e derivati	Carni e pesce	Conserve vegetali	Biscotti e prodotti dolci	Latticini e derivati	Olio grassi e condimenti	Bevande	Frutta	Altro*	TOTALI
1.501,36	149,67	491,27	249,19	1349,28	175,97	909,08	536,952	332,228	5.695,0

COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLA TIPOLOGIA DI PRODOTTI RACCOLTI 2004



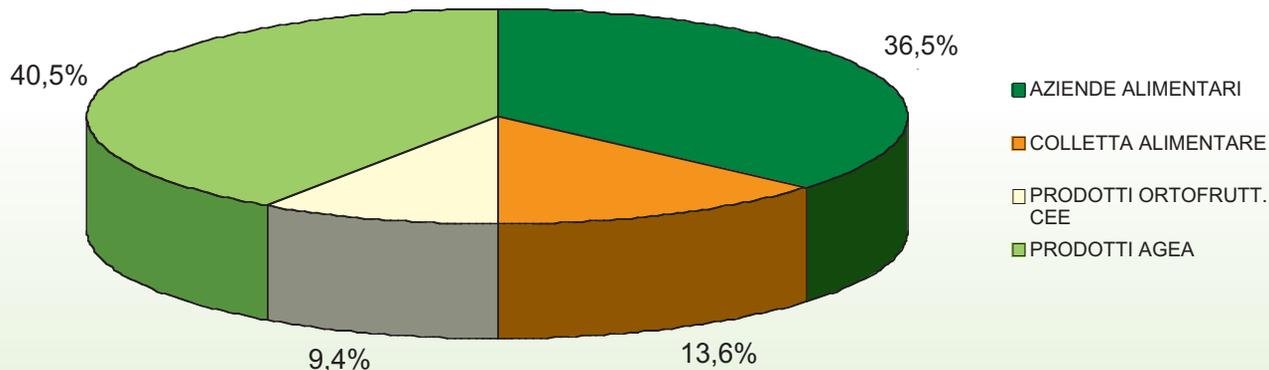
Altro* sono prodotti “No Food”, cioè tutti quei prodotti non commestibili, ad es. pannolini per bambini, prodotti per l’igiene personale

QUANTITÀ RACCOLTE E VALORE MONETARIO PER TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI RACCOLTA DEI PRODOTTI ALIMENTARI

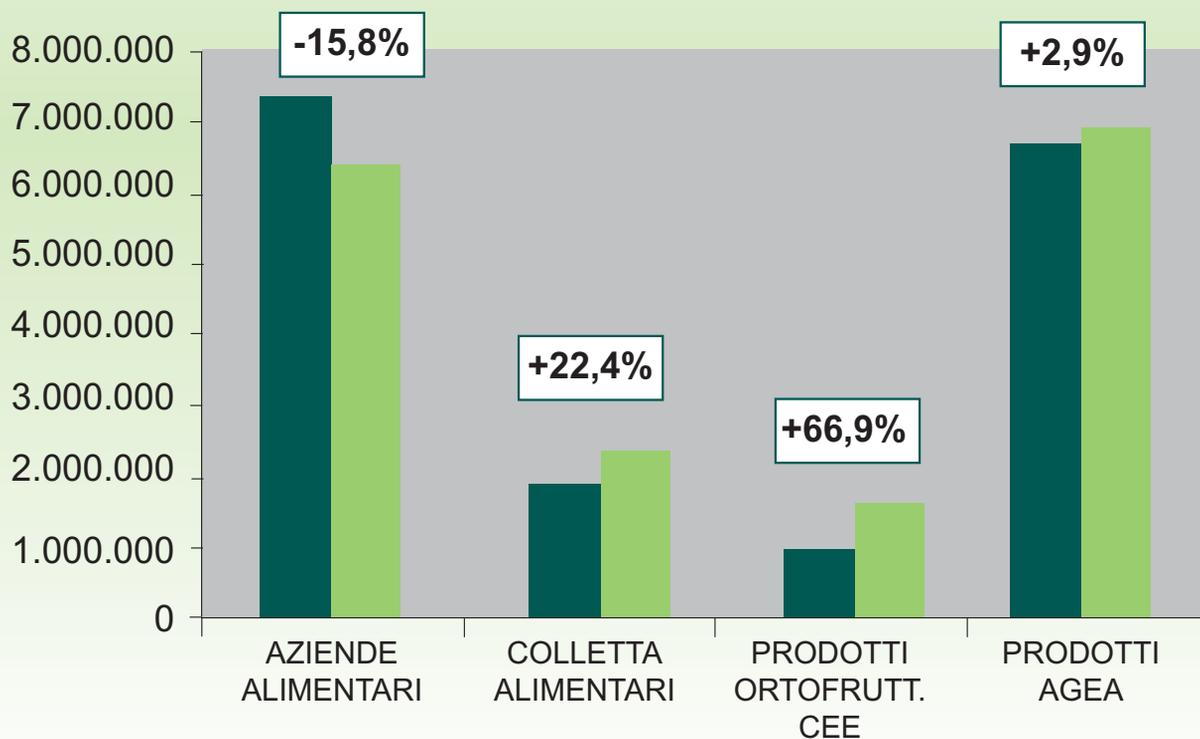
	AZIENDE alimentari	COLLETTA alimentare	PRODOTTI Ortofrutticoli CEE	PRODOTTI AGEA	TOTALE
QUANTITÀ RACCOLTE (TN)	2.075,7	777,0	537,0	2.305,4	5.695
VALORE MONETARIO	6.226.950	2.331.000	1.610.856	6.916.227	17.085.033



COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLA QUANTITÀ DI PRODOTTI ALIMENTARI RACCOLTI PER TIPOLOGIA DI RACCOLTA



VARIAZIONE VALORE MONETARIO PER TIPOLOGIA DI RACCOLTA 2003/2004



■ STRATEGIA DUE:

DISTRIBUIRE I PRODOTTI ALIMENTARI AD ENTI E SOGGETTI BENEFICI

AMBITO DI INTERVENTO

Nell'ultimo rapporto Istat risulta che "nel 2003 le famiglie italiane che vivono in stato di povertà relativa sono 2.360.000, pari a un totale di 6.786.000 individui, l'11,8% dell'intera popolazione. La soglia della spesa media mensile pro-capite, risulta di € 890,50, il 5,6% in più rispetto allo scorso anno. La percentuale di famiglie relativamente povere, osservata a livello nazionale, sottintende condizioni differenziate sul territorio: si passa dal 5,3% del Nord al 5,7% del Centro al 21,3% del Mezzogiorno."

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna, attraverso l'opera di 656 enti caritativi, è riuscita nel 2003 a far arrivare del cibo a 81.079 persone.

OBIETTIVO

Far pervenire aiuti alimentari a coloro che si trovano in stato di necessità, distribuendo gratuitamente tutti i generi alimentari ricevuti dalle Aziende, dalla GDO e dalla CEE, agli Enti che stipulano un accordo di collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna

ATTIVITÀ SPECIFICHE

Le attività che la Fondazione svolge per raggiungere l'obiettivo sono:

- 2.1** Indagine conoscitiva preliminare sulle reali necessità dell'ente o associazione che richiede l'aiuto della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna
- 2.2** Stipula di un accordo di collaborazione con l'ente richiedente
- 2.3** Distribuzione a periodicità concordata agli enti benefici

2.1 Indagine conoscitiva preliminare sulle reali necessità dell'ente o associazione che richiede l'aiuto della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna

La Fondazione richiede agli enti, al fine di

una buona collaborazione, le seguenti caratteristiche:

- Presentare un carattere sociale, caritativo ed umanitario volto al reinserimento dei bisognosi
- Disporre di locali adeguati a stoccare e gestire i prodotti alimentari secondo le normative vigenti
- Impegnarsi formalmente, pena la risoluzione della convenzione, a non utilizzare le derrate a fini commerciali ed astenersi dall'impiego fraudolento dei viveri ricevuti (come la distribuzione a persone non bisognose)

Alcuni membri della Fondazione o collaboratori volontari presenti in ogni provincia effettuano la visita, a seguito della lettera di richiesta presentata dai vari enti.

Gli enti e associazioni che non godono di alcuna sovvenzione da parte di Enti pubblici vengono privilegiati; per tutti gli altri, se possibile, si tende a fornire prodotti in proporzione ai loro reali bisogni (es: se l'Ente viene sovvenzionato al 50%, forniamo prodotti per il 50% del loro fabbisogno).

2.2 Stipula di un accordo di collaborazione con l'ente richiedente

La convenzione evidenzia le rispettive responsabilità, la Fondazione si impegna a cedere gratuitamente le eccedenze raccolte all'ente caritativo. Inoltre ogni anno l'ente o l'associazione firma un accordo relativo alle eccedenze CEE nel quale la Fondazione funge da collettore di tutte le richieste che vengono raccolte centralmente e poi sottoposte agli enti preposti. In questo modo la Fondazione funge da intermediario e garante del buon fine delle eccedenze affidategli dalla CEE.



2.3 Distribuzione a periodicità concordata agli enti benefici

La distribuzione viene effettuata in base alla tipologia e al numero di persone dichiarate dai rispettivi responsabili degli enti e con cadenza mensile per aiutare gli enti ad ottimizzare lo stoccaggio e razionalizzare l'utilizzo. Inoltre una parte dei prodotti raccolti grazie alla Colletta Alimentare viene distribuita agli enti caritativi in previsione delle feste natalizie. I restanti prodotti vengono in parte trasferiti nei magazzini permanenti di Imola e Faenza, per essere poi distribuiti nei primi mesi del nuovo anno (periodo in cui

le donazioni da parte delle aziende alimentari sono minori e le eccedenze CEE assenti) ed in parte destinati ai Banchi Alimentari del sud Italia dove vi è una maggiore necessità.

Un ultimo aspetto della distribuzione è relativo al mutuo soccorso fra Banchi in Italia per cui circa il 30,72% delle eccedenze raccolte in Emilia Romagna vengono trasportate agli 11 Banchi Alimentari del centro e soprattutto sud Italia, poiché in quelle aree vi è una presenza minore di industrie alimentari e la povertà è maggiormente diffusa.



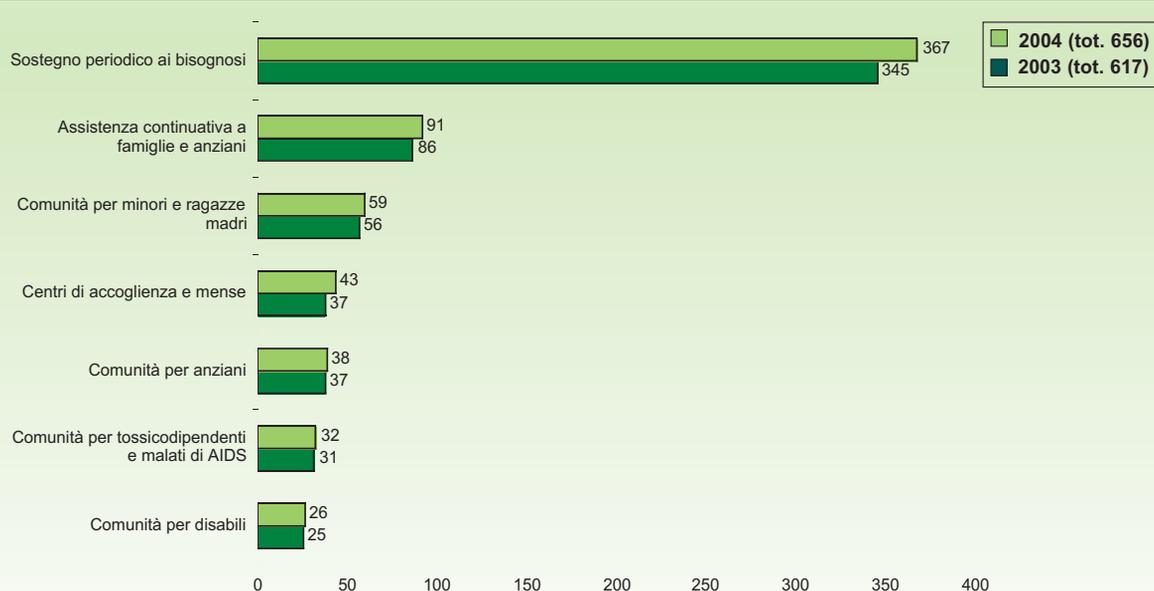
INDICATORI QUANTITATIVI: Numero di enti convenzionati e relativi assistiti

	2003	2004
Enti Caritativi	617	656
Persone Assistite	73.380	81.079
Kg Annuì/assistito	77	70,24
Prodotti distribuiti (TN)	5.663	5.695

NUMERO DI ENTI CARITATIVI E RELATIVE PERSONE ASSISTITE PER TIPOLOGIA

Tipologia di Ente	Numero Enti Caritativi	Numero Persone Assistite
Sostegno periodico ai bisognosi	367	53.179
Assistenza continuativa a famiglie e anziani	91	4.491
Comunità per minori e ragazze madri	59	2.976
Centri di accoglienza e mense	43	8.262
Comunità per anziani	38	3.342
Comunità per tossicodipendenti e malati di AIDS	32	5.701
Comunità per disabili	26	3.128

NUMERO E TIPOLOGIA ENTI CONVENZIONATI PER ANNO



STRATEGIA TRE:

COMUNICARE E RICERCARE FONDI

AMBITO DI INTERVENTO

La notorietà e la credibilità di una organizzazione dipende in parte anche dall'efficacia del suo sistema di comunicazione. Si intende per comunicazione non solo il momento finale di pubblicizzazione di un'attività, ma anche un elemento che accompagna tutte le fasi di progettazione,

realizzazione e valutazione delle attività. Comunicare cosa sia e cosa faccia la Fondazione permette di accrescere la sua notorietà sia verso le realtà istituzionali sia verso i privati, di conseguenza ne giova anche la ricerca fondi. L'opera della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna in effetti è già conosciuta ed apprezzata da molti, tuttavia esistono ancora persone ed organismi che non conoscono la Fondazione, ma che potrebbero riconoscersi nei suoi obiettivi.



L'idea che muove la Fondazione nel comunicarsi nel modo più capillare possibile ha proprio il suo scopo nel raggiungimento del numero più elevato di persone.

OBIETTIVO

Promuovere l'attività della fondazione attraverso eventi e azioni di comunicazione degli obiettivi, dei risultati e dell'impatto sociale nel territorio.

Questo implica la ricerca di risorse sia economiche che umane, in quanto la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna vive sulla gratuità dei volontari che si impegnano con coraggio e tenacia in questa opera.

ATTIVITÀ SPECIFICHE

Le attività che nel 2004 si è cercato approfondire perché considerate efficaci per raggiungere questo scopo sono:

- 3.1** Raccolta fondi presso enti, istituti locali e regionali
- 3.2** Realizzazione di eventi allo scopo di rendere pubblica l'opera della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna

3.1 Raccolta Fondi presso enti, istituti locali e regionali

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna ha portato avanti l'intuizione di qualche anno fa, confermata dai risultati del bilancio sociale dello scorso anno, di dover indirizzare parte delle energie di chi vi collabora nella creazione di uno *staff* specializzato nell'attività di comunicazione e di ricerca fondi, strumenti necessari per lo sviluppo dell'attività.

Caratteristiche della richiesta fondi

- Individuazione delle esigenze economiche per l'anno venturo per le spese di gestione ordinaria, di investimenti di sviluppo strutturale e per la giornata della colletta alimentare nazionale
- Individuazione di Enti Pubblici (comuni, province, regione), Fondazione Bancarie, Diocesi che possano sostenere la

Fondazione non solo per ragioni morali, ma anche per l'impatto che la sua attività ha nel miglioramento sociale nel territorio

- Redazione del progetto per la richiesta fondi che è composto da una introduzione dove si approfondisce l'identità, l'attività e le motivazioni della Fondazione e da un capitolo "personalizzato" dove si inseriscono i dettagli economici della richiesta e un elenco degli Enti caritativi presenti sul territorio di competenza
- Spedizione del progetto con conseguenti appuntamenti per dettagliare le richieste o per integrare la documentazione

Due sono state le modalità di raccolta fondi: la *Campagna Condivisione* e la richiesta alle Istituzioni e alle Fondazioni Bancarie.

Campagna Condivisione

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna ha chiesto agli enti con cui collabora una donazione libera per sostenere l'attività ordinaria. La donazione è un contributo economico libero che non incide sull'attività di distribuzione dei prodotti agli enti.

Richiesta fondi alle Istituzioni alle Fondazioni Bancarie

Le richieste si concentrano nel periodo di novembre-gennaio, nel quale solitamente gli Enti Pubblici, in particolare, affrontano il loro bilancio per l'anno che verrà.



3.2 Realizzazione di eventi allo scopo di rendere pubblica l'opera della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna

L'organizzazione di eventi ha una duplice valenza: aiutare nel pubblicizzare l'attività e raccogliere fondi. L'aspetto originale sono le proposte degli stessi sostenitori e volontari della Fondazione che segnalano la possibilità di devolvere il ricavato di particolari eventi in cui sono coinvolti o di cui sono i promotori.

Nel 2004 si sono svolti i seguenti eventi:

- **Festa delle Opere educative e di carità "E' se Opera"** svoltasi dal 19 settembre al 3 ottobre. Sono state coinvolte tutte le opere caritative del territorio, le quali avevano uno stand dove presentare la propria attività. L'ultimo giorno si è inaugurato il nuovo magazzino della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna; hanno partecipato diverse autorità fra cui il Presidente della Regione Emilia Romagna Vasco Errani, il Sindaco di Imola Massimo Marchignoli, il Presidente della Fondazione Banco Alimentare Mauro Inzoli, il Presidente della Compagnia delle Opere Raffaello Vignali e il Presidente della Compagnia delle Opere di Bologna Fabio Catani. L'evento è terminato con l'estrazione della

lotteria a premi. Il ricavato è stato di 32.000 €

- **Il Comitato DOC Colli di Imola e Strada dei Vini e dei Sapori** ha organizzato "De Gustibus", manifestazione che prevedeva 5 serate di degustazione e spettacoli, il cui ricavato è stato di 230 €
- **La sagra dell'albicocca** festa popolare svoltasi il 27 giugno 2004 da Casalfiumanese in occasione del raduno di auto e moto d'epoca devoluti 100 €
- **Secondo premio internazionale della cucina Bolognese** appuntamento annuale che premia il migliore "ambasciatore" della cucina bolognese nel mondo. La gara fra chef stranieri che si sono confrontati nella preparazione di un piatto tipico: "i tortelloni burro e oro". La serata di beneficenza a favore della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna e della Comunità Ebraica si è svolta con la possibilità di degustare prodotti tipici e la premiazione del vincitore della gara. Il ricavato è stato pari a 2400 €
- **Cena di Beneficenza promossa dai ristoranti:** Da noi... Osteria dei vini (Imola), E'Parlamintè (Imola), Hostaria 900 (Imola), La Martelluzza (Casalfiumanese), Le Bistrot (Dozza), Naldi e L'osteria Callegherie con un ricavato di 500 €



■ STRATEGIA QUATTRO:

CREARE E DISTRIBUIRE VALORE AGGIUNTO

La Rendicontazione economica della attività della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna prevede un sistema di riclassificazione basato sulla rilevazione del valore aggiunto generato e distribuito mediante lo sviluppo delle strategie.

Anche quest'anno la misurazione dei risultati si basa sulla quantificazione del rapporto tra la Fondazione e gli stakeholder mediante l'analisi della ripartizione del valore aggiunto generato grazie alla costruzione di rapporti basati sulla reciprocità, sulla condivisione degli obiettivi e sulla fiducia.

4.1. IL BILANCIO DI ESERCIZIO 2004

Nei seguenti prospetti si presentano i dati sintetici del bilancio di esercizio 2004 della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna sia per quanto riguarda lo stato

patrimoniale, sia per quanto riguarda il conto economico.

Il Banco Alimentare Emilia Romagna è partner insieme alla Fondazione ONLUS (Coordinamento Nazionale) Banco Alimentare ed ai Banchi regionali di Liguria, Lombardia, Piemonte-Valle d'Aosta e Veneto, di un grande progetto per la realizzazione della "Piattaforma Nord-Ovest". Questa struttura è situata presso l'Interporto di Parma, una *location* molto favorevole dal punto di vista degli accessi e dei servizi e strategica al fine di riequilibrare e di rendere più efficiente l'attività del Banco nell'area orientale della regione.

La Piattaforma Nord-Ovest è destinata a rifornire tutte le regioni d'Italia con i prodotti delle aziende alimentari della "Food Valley" (Parma, Modena, Piacenza e Reggio Emilia). La costruzione di questo immobile industriale di 4.410 mq. su una superficie di 12.000 mq. è avvenuta nel 2004 ed ha inevitabilmente comportato ingenti investimenti.

STATO PATRIMONIALE

ATTIVO	31-12-2003	31-12-2004
	Euro	Euro
ATTIVO CIRCOLANTE	€ 152.542	€ 60.052
IMMOBILIZZAZIONI	€ 233.052	€ 315.371
RATEI E RISCONTI ATTIVI	€ 2.043	€ 34.884
TOTALE ATTIVO	€ 387.637	€ 410.607

PASSIVO	31-12-2003	31-12-2004
PATRIMONIO NETTO	€ 291.413	€ 323.153
TFR	€ 6.426	€ 10.035
DEBITI	€ 89.396	€ 76.893
RATEI E RISCONTI PASSIVI	€ 403	€ 526
TOTALE PASSIVO	€ 387.637	€ 410.607



CONTO ECONOMICO

	31-12-2003	31-12-2004
Proventi delle vendite e delle prestazioni	€ 39.650,41	€ 24.862,45
Totale Contributi/Donazioni	€ 247.360,44	€ 270.616,23
da privati	€ 21.943,17	€ 45.270,73
da fondazioni	€ 72.135,00	€ 39.874,10
da enti caritativi	€ 53.486,49	€ 90.264,03
da aziende	€ 27.520,78	€ 43.981,70
da AGEA	€ 37.076,29	€ 14.722,09
da "Amici del Banco"	€ -	€ 22.000,00
da diocesi	€ 20.000,00	€ 500,00
per colletta	€ 15.198,71	€ 14.003,58
Altri Proventi	€ 136,92	€ 3.526,69
TOTALE PROVENTI E CONTRIBUTI (A)	€ 287.147,77	€ 299.005,37
Per materie prime sussidiarie e di consumo	€ 28.093,38	€ 28.334,05
Per servizi	€ 131.353,59	€ 74.074,97
Per godimento di beni di terzi	€ 8.905,33	€ 9.858,31
Per il personale	€ 66.936,16	€ 105.553,25
Ammortamenti e svalutazioni	€ 64.570,42	€ 63.756,12
Variazioni delle materie prime, sussidiarie e di consumo	€ -	€ -
Accantonamento per rischi	€ -	€ -
Altri accantonamenti	€ -	€ -
Oneri diversi di gestione	€ 5.357,75	€ 8.428,83
TOTALE ONERI ATTIVITÀ (B)	€ 305.216,63	€ 290.005,53
DIFFERENZA TRA PROVENTI E ONERI ATTIVITÀ (A-B)	- € 18.068,86	€ 8.999,84
RISULTATO GESTIONE FINANZIARIA (C)	€ 1.698,89	€ 7,24
RISULTATO GESTIONE STRAORDINARIA (D)	- € 423,94	- € 2.984,14
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D)	- € 16.793,91	€ 6.022,94
TOTALE IMPOSTE (E)	€ 1.071,04	€ 1.135,70
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO (A-B+C+D-E)	- € 7.864,95	€ 4.887,24

Si può vedere, dalla comparazione dei Conti economici del 2003 e del 2004, come tutte le attività della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna continuano ad

essere sostenute grazie a contributi di diocesi, privati, fondazioni bancarie, aziende ed enti caritativi che rendono possibile il lavoro quotidiano della Fondazione stessa.



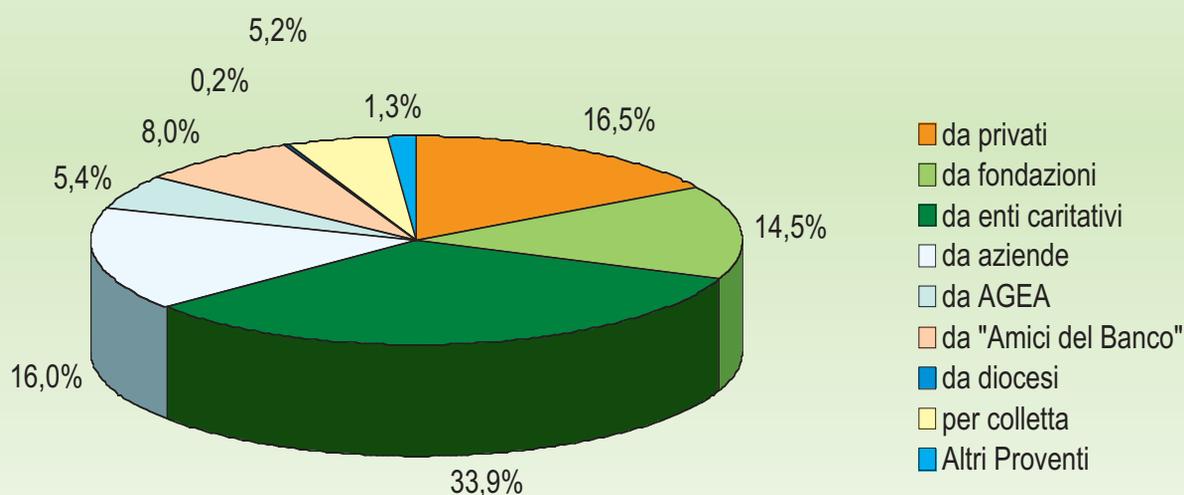
Da sottolineare rispetto al 2003 l'aumento delle donazioni effettuate da soggetti privati (+51,5%), indice di una crescente fiducia del singolo cittadino verso la Fondazione; considerevoli sono anche gli incrementi delle donazioni da parte dei 656 Enti Caritativi (+40,7%) e delle Aziende (+37,4%).

Inoltre si evidenzia l'attività degli "Amici del Banco", comitato costituitosi per libera iniziativa di persone che intendono sostenere con attività di raccolta fondi l'opera della Fondazione; quest'anno il comitato ha contribuito per un ammontare di € 22.000.

La "Campagna Condivisione" è stata uno strumento importante per permettere l'attività ordinaria della Fondazione.

Concludendo si evince che tutti i soggetti della rete (Enti caritativi, Aziende), di cui la Fondazione è parte integrante, rendono possibile la sopravvivenza della rete stessa; tutti collaborano non solo al consolidamento, ma anche allo sviluppo e al miglioramento del sistema costruito e nato da un bisogno comune. Tuttavia importante è il supporto dato da tutti coloro che si sono identificati con gli obiettivi di questa rete (Diocesi, Fondazioni, Comuni, Province).

CONTRIBUTI E DONAZIONI PER TIPOLOGIA DI SOGGETTO SOSTENITORE



4.2. CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DI VALORE AGGIUNTO

La riclassificazione dei dati quantitativi che sono stati rilevati dal sistema informativo nel corso della gestione risponde alla necessità di vedere la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna come attore sociale che si relaziona con l'ambiente, la società nel suo complesso da cui riceve input e a cui restituisce risultati economico-sociali.

Determinare il valore aggiunto significa quindi individuare la ricchezza che viene creata dalla Fondazione stessa attraverso la sua attività e che quindi viene aggiunta al sistema e distribuita ai suoi interlocutori sociali.



IL VALORE AGGIUNTO

	2003	2004
<i>Ricavi e proventi delle vendite e delle prestazioni</i>	€ 39.650,41	€ 24.862,45
<i>Totale Contributi/Donazioni</i>	€ 247.360,44	€ 270.616,23
<i>Altri ricavi e proventi</i>	€ 136,92	€ 3.526,69
<i>Servizi resi gratuiti</i>	€ 16.989.000,00	€ 17.085.000,00
A) Totale proventi e contributi	€ 17.276.147,77	€ 17.384.005,37
<i>Per materie prime sussidiarie e di consumo</i>	€ 28.093,38	€ 28.334,05
<i>Per servizi</i>	€ 118.565,36	€ 74.074,97
<i>Per godimento di beni di terzi</i>	€ 8.905,33	€ 9.858,31
<i>Oneri diversi di gestione</i>	€ 5.357,75	€ 8.428,83
B) Totale costi di gestione	€ 160.921,82	€ 120.696,16
A-B) Valore creato dalla gestione	€ 17.115.225,95	€ 17.263.309,21
C) Risultato gestione finanziaria	€ 1.698,89	€ 7,24
D) Risultato gestione straordinaria	-€ 423,94	-€ 2.984,14
E) Valore incrementale ceduto	€ 17.864,95	€ -
A-B+C+D) Valore aggiunto globale lordo	€ 17.116.500,90	€ 17.260.332,31
E) Ammortamenti e svalutazioni	€ 64.570,42	€ 63.756,12
Valore aggiunto globale netto	€ 17.051.930,48	€ 17.196.576,19
Valore distribuito agli enti beneficiari e ai relativi assistiti	€ 16.989.000,00	€ 17.085.000,00
Valore distribuito per contributi a Fondazioni Banco Alimentare di altre regioni	€ 9.330,00	€ 784,00
Valore distribuito per quote associative	€ 3.458,23	€ -
Valore distribuito alla pubblica amministrazione	€ 1.071,04	€ 1.135,70
Valore distribuito al personale e ai collaboratori	€ 66.936,16	€ 105.553,25
Remunerazione dell'azienda	€ -	€ 4.887,24
Totale valore aggiunto distribuito	€ 17.069.795,43	€ 17.197.360,19





Nell'analisi della distribuzione del valore sono stati individuati diversi stakeholder come gli enti caritativi e i relativi assistiti (99,25%), le Fondazioni Banco Alimentare di altre regioni (0,05%), che collaborano in un'ottica di rete nazionale, la Pubblica Amministrazione (0,008%), il personale e i collaboratori (0,74%).

Dallo studio del valore aggiunto e quindi dalla riclassificazione del conto economico a valore aggiunto non si è potuto non tenere presente della valorizzazione dei beni resa possibile grazie all'azione della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna; essa tramite un servizio gratuito permette che tali prodotti assumano valore (sarebbero infatti inutilizzati dalle aziende fornitrici) e che questo sia trasferito agli enti caritativi (i quali avrebbero dovuto sostenere costi veramente alti per ottenere gli stessi prodotti). Infatti il valore dei prodotti raccolti ("valorizzazione dei prodotti raccolti gratuitamente") è monetizzabile e viene calcolato in base ad un valore medio al kg convenzionale (stabilito in accordo con la Fondazione Banco Alimentare Onlus Coordinamento Nazionale) di € 3,00.

La Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna possiede quindi due importantissime caratteristiche che si evincono in tutta la sua attività:

- La prima è quella di ridare valore economico a derrate alimentari che l'hanno perduto

- La seconda è quella di avere un costo di gestione estremamente contenuto

Nell'anno 2004 il Banco Alimentare Emilia Romagna ha raccolto e ridistribuito prodotti alimentari pari a

5.695.000 kg

A tali prodotti si può attribuire, convenzionalmente, un valore commerciale di

€ 17.085.000

Le spese di gestione nell'anno 2004, sono state di

€ 290.005,53

E' dunque importante rilevare quello che potremmo definire "l'effetto leva", cioè la capacità di far giungere a destinazione i prodotti alimentari per un valore commerciale superiore alle risorse finanziarie utilizzate per svolgere l'attività stessa. Queste ultime sono solamente il 2,16% della valorizzazione dei prodotti raccolti gratuitamente.

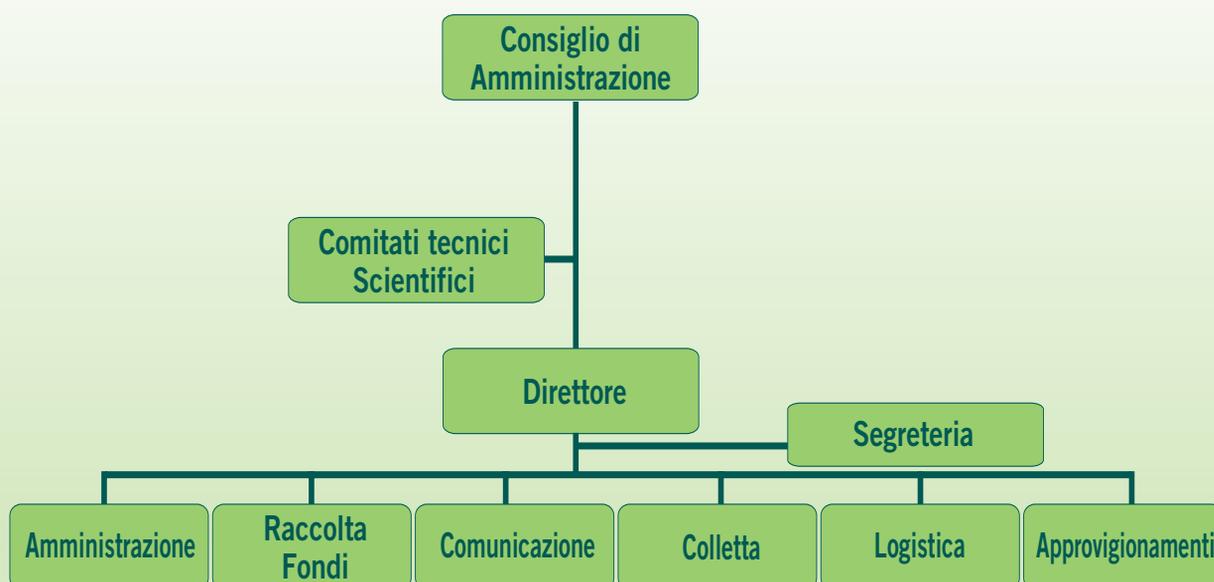
La forza della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna e la validità di questo modello (che è documentabile anche dalla sua diffusione a livello internazionale) sta proprio nella semplicità della sua formula e nella forza di questi dati che sono facilmente percepibili da tutti.

7. LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

L'attività importante che svolge la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna implica un'organizzazione della struttura, il coordinamento dei volontari e

la necessità di persone che collaborino a tempo pieno.

In questo bilancio si vuole fare un approfondimento sulla struttura organizzativa individuando le mansioni e le persone necessarie per compierle.



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE:

Presidente Roberto Giuliano Palmonari

Vicepresidente Alvaro Agasisti

Consiglieri Davide Ricci

Fabrizio Fabrizi

Stefano Paradisi

Luciano Zanobini

Francesco Mariani

Alvaro Agasisti

Direttore Giovanni De Santis

Segreteria Elena Mazza

Raccolta Fondi Giovanni De Santis
Elena Mazza

Colletta Alessandro Mirri

Logistica Gianluca Benini

Daniele Ferrari

Comunicazione Giovanni De Santis
Gianluca Benini

Approvvigionamento aziende Giovanni De Santis
Gianluca Benini

COMITATI TECNICI SCIENTIFICI della
Fondazione Banco Alimentare ONLUS,
Coordinamento Nazionale

Amministrazione Alvaro Agasisti
Clotilde Artale



VOLONTARI CHE OPERANO ALL'INTERNO DELLA FONDAZIONE PER FUNZIONE ORGANIZZATIVA

	Mansione	PART-TIME		OCCASIONALI	
		2003	2004	2003	2004
ATTIVITÀ DI MAGAZZINO	Consegna prodotti a enti assistiti e ritiro prodotto dalle aziende alimentari	–	–	3	3
	Carico prodotti a enti e cernita prodotti e ricondizionamento pulizia e riordino ambienti e piazzali	–	–	14	20
	Stivaggio prodotti nel magazzino manutenzione pallet di legno	–	–	4	4
APPROVIGIONAMENTO	Contatto aziende per recupero prodotti	–	–	2	–
COLLETTA	Funzioni organizzative	–	–	22	17
TRASPORTO	Trasporto dei pacchi dal supermercato al magazzino	–	–	4	4
AMMINISTRAZIONE	Amministrazione e contabilità	2	1	–	–
SEGRETERIA	Segreteria generale e gestione enti	2	2	2	2
TECNICI INFORMATICI		–	–	3	3
RAPPRESENTAZA DI RICERCA FONDI	Gestione dei rapporti con i sostenitori attuali e potenziali	1	–	–	–
TOTALE		5	3	54	53



PERSONALE DIPENDENTE O COLLABORATORE PER FUNZIONE ORGANIZZATIVA

FUNZIONE	Mansione	PART-TIME		OCCASIONALI	
		2003	2004	2003	2004
APPROVIGIONAMENTO	Contatto Aziende per recupero prodotti	–	–	1	2
ATTIVITÀ DI MAGAZZINO	carico e scarico camion, gestione programma carico e scarico, distribuzione prodotti a enti rapporti con enti al magazzino organizzazione pulizia e riordino magazzino	1	–	1	2
TRASPORTO	ritiro prodotti da aziende con furgone	1	–	–	1
SEGRETERIA E RACCOLTA FONDI	emissione documenti di trasporto per enti appuntamenti agli enti e controllo archivio bolle	1	1	–	–
TOTALE		3	1	2	5

Dove siamo:

Punto nevralgico della distribuzione è il Magazzino di Imola donato da dott. Francesco Mariani. Qui vengono raccolti tutti i prodotti poi distribuiti agli enti della province di Bologna, Forlì-Cesena e Rimini e ai Magazzini di Faenza, Ferrara e Parma:

- Il Magazzino di Faenza è stato messo gratuitamente a disposizione da Sig. Pietro Sarti
- Il Magazzino di Ferrara nel quale vengono stoccati prodotti provenienti dal magazzino di Imola è messo gratuitamente a disposizione dall'Amministrazione Comunale di Ferrara e gestito dal *Centro di Solidarietà Carità* per conto della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna
- Il Magazzino di Parma anch'esso messo gratuitamente a disposizione dal Comune di Parma, è un semplice punto di raccordo dove i prodotti arrivano da Imola (trasportati da automezzi della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna o mediante trasportatori a cui vengono rimborsati i costi di esercizio) e vengono immediatamente distribuiti nell'arco di mezza giornata

La posizione geografica dei singoli magazzini permette una riduzione dei tempi e

dei costi di trasporto che verterebbe diversamente sugli enti.

La sede amministrativa si trova in Via C. Morelli, 8 - Imola (Bo)

La Piattaforma Nord Ovest

Il progetto Piattaforma nord-ovest, promossa dalla Fondazione Banco Alimentare Onlus Coordinamento Nazionale e dalle Fondazioni e Associazioni Banco Alimentare regionali, prevede la realizzazione di un immobile industriale di 4.410 mq. su una superficie di 12.000 mq. nell'area dell'Interporto di Parma, in posizione assai favorevole dal punto di vista degli accessi e dei servizi. Il termine dei lavori è previsto per Settembre 2005 e l'inaugurazione si terrà ad ottobre 2005.

La scelta della posizione della piattaforma è dettata dal fatto che in questa "Food Valley", così chiamata l'area delle province di Modena, Reggio Emilia, Parma e Piacenza, vi è un'alta concentrazione di aziende agro-alimentari, pertanto permetterà di facilitare l'approvvigionamento dalle aziende alimentari verso gli enti benefici delle quattro province occidentali e del resto della regione. Sarà, inoltre, un punto di snodo fra le regioni del nord Italia, dove l'offerta delle eccedenze alimentari è maggiore, verso quelle del centro-sud che sono più deficitarie in questo senso.

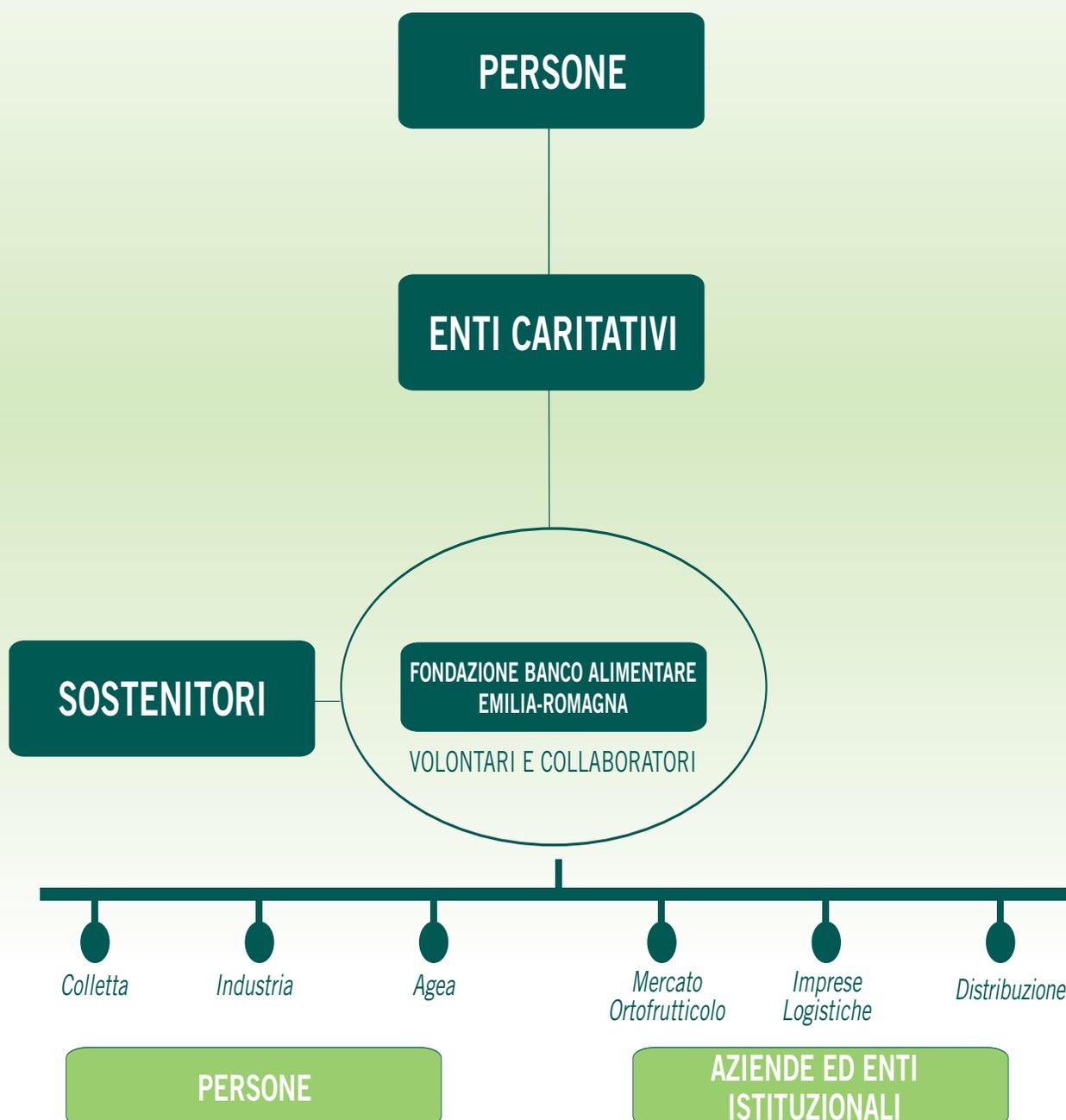


8. MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

Con il seguente schema si vuole dare una rappresentazione del sistema di relazioni

di cui Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna è parte integrante e di cui le modalità di relazione sono descritte ampiamente in precedenza.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



Il sistema di relazioni della Fondazione Banco Alimentare si consolida e si estende in maniera dinamica, aumenta il numero di partner, si qualificano i rapporti, crescono le esigenze ed il numero di attività di collaborazione. Per mantenere e rafforzare un sistema di relazioni così ampio e articolato occorre porre attenzione al punto di maggiore criticità che è rappresentato dalla capacità di ascolto della cultura dei propri interlocutori.

Per questo è stato realizzato un questionario alle aziende, agli enti istituzionali che ci sostengono e agli enti caritativi per rilevare la valutazione in merito ad alcuni aspetti fondamentali della collaborazione e per poi immettere negli obiettivi strategici e nelle modalità operative le nuove informazioni rilevate.

VALUTAZIONE DEGLI ENTI CARITATIVI

Da quanti anni conosce la Fondazione Banco Alimentare?

25 anni	2,1%
7 anni	4,2%
12 anni	4,2%
4 anni	6,2%
6 anni	6,2%
2 anni	10,4%
8 anni	12,5%
9 anni	12,5%
5 anni	16,7%
10 anni	25,0%

Come è venuto a conoscenza della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna ?

Per caso	2,2%
Me lo ha detto un mio amico	4,3%
Altro	8,7%
Contatto diretto della Fondazione	8,7%
Articoli sui giornali	8,7%
Indicazioni di Istituzioni	28,3%
Indicazioni di amici	39,1%



Da quanti anni fruisce dei servizi della Fondazione Banco Alimentare

4 anni	2,1%
12 anni	2,1%
25 anni	2,1%
3 anni	6,3%
7 anni	6,3%
1 anno	8,2%
2 anni	10,4%
5 anni	10,4%
9 anni	10,4%
6 anni	12,5%
8 anni	12,5%
10 anni	16,7%

Di quali prodotti alimentari ha maggiormente bisogno la sua organizzazione

Biscotti e prodotti dolci	3,9%
Bevande	9,8%
Altro	15,7%
Carni e Pesci	15,7%
Olio grassi e condimenti	15,7%
Latticini e derivati	17,6%
Cereali e derivati	21,6%

Quali prodotti la sua organizzazione riceve dal Banco Alimentare in maggiore quantità e frequenza?

Biscotti e prodotti dolci	2,17%
Bevande	2,17%
Conserve vegetali	2,17%
Altro	13,04%
Latticini e derivati	17,39%
Cereali e derivati	63,04%

Solitamente riceve i prodotti del Banco Alimentare...

2/3 volte al mese	4,2%
1 volta al mese	95,8%

I prodotti alimentari sono di qualità.....

Normale	39,6%
Buona	60,4%

Il personale della Fondazione è..

Distratto	2,1%
Attento	8,5%
Amico	12,8%
Cortese	38,3%
Disponibile	38,3%

**VALUTAZIONE DELLE AZIENDE E DEGLI ENTI ISTITUZIONALI****Da quanti anni conosce la Fondazione Banco Alimentare**

5 anni	3,7%
7 anni	3,7%
9 anni	3,7%
2 anni	7,4%
6 anni	7,4%
10 anni	7,4%
1 anno	14,8%
4 anni	14,8%
12 anni	14,8%
3 anni	22,3%

Come è venuto a conoscenza della Fondazione Banco Alimentare?

Per caso	3,7%
Ho letto gli articoli sui giornali	7,4%
Ho visto la pubblicità della Fondazione	7,4%
Me ne ha parlato un amico	11,1%
Altro	14,8%
Su contatto diretto della Fondazione	55,6%

Per quale motivo ha scelto di collaborare con la Fondazione Banco Alimentare?

Fiducia nella Fondazione Banco Alimentare	28,2%
Utilità economico industriale	30,8%
Valore sociale	41,0%



Come è valuta la sua collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare?

Positiva	79,3%
• sull'informazione	25,0%
• sul coinvolgimento operativo	27,8%
• sui servizi offerti	47,2%
Da migliorare	20,7%
• sul coinvolgimento operativo	37,5%
• sull'informazione	62,5%
Negativa	0,0%

Cosa ne pensa rispetto all'utilità dei servizi realizzati dalla Fondazione Banco Alimentare?

	Media*
Creazione di spazi d'incontro	3,4
Ricerca fondi	3,8
Trasporto prodotti alimentari	4,2
Possibilità di attività di volontariato	4,4
Recupero prodotti alimentari	4,8
Distribuzione prodotti alimentari	4,8

* 1 Inutile, 2 Poco utile, 3 Utile, 4 Abbastanza Utile, 5 Molto utile



AZIENDE CONVENZIONATE

Le aziende che forniscono prodotti alimentari alla Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna sono le seguenti:

ACETO BALSAMICO DEL DUCA

AGNESI

AGRITECH

ALIS S.r.l.

APO CONERPO COOP S.ADRIANO

APO CONERPO PAT FRUIT

APO CONERPO "VALLE del RENO"

ARTICA LINE

AVICOLA ARTIGIANA

BABBI S.r.l.

BATTISTERO

BELLEI LUIGI e FIGLI

BINDI

BLU' BEVERAGE SYSTEM S.r.l.

BOSCHI LUIGI & FIGLI S.p.A.

C.D.D. S.r.l.

CARAMELLAMANIA S.r.l.

CAVICCHIOLI

CAVIRO

C.F.M. S.c.a.r.l.

CICCARELLA DOMENICA Azienda Agricola

CICC FRESCO LATTICINI

COFRIMAR

CO-IND

COMBY SERVICE

COMMERCIO ALTERNATIVO

CONFRUIT

CONSERVE ITALIA

COOP ITALIA F.M.G.

COROFAR

CORTICELLA MOLINI

DALBA di Baiocchi P.

D&C

DECO S.r.l.

DEVE'

DIFRAL

DOLCI NAZARENO

ESPANSIONE

EHRMANN ITALIA S.r.l

FELSINEO

FINI S.r.l.

FORNITALIA

F.P.E.

FRATELLI FERIOLI

FRESCO GEL

GIA S.r.l.

GIGLIO

GRANAROLO

GRECI GEREMIA & FIGLI

IMOLA BEVANDE

INTESA

IRFA

ITALGNOCCHI

ITALIA SALUMI CADRIANO

LIDL ITALIA

LOCKWOODS

LOGICA 96

L.ORD S.r.

MAG CORTICELLA SILT

MARILONICA BAHLSSEN

MARINA VENTURI

MODENACETI

MONARI FEDERZONI

MONTENEGRO

MORDENTI CATERING

NAT FOOD



NATURA NUOVA	SALUMIFICIO S. ILARIO di Montali Pietro
NEGRINI SALUMI	SEGAFREDO ZANETTI S.p.A.
NEW FACTOR	SIPA
NUOVA CDP	SIREA S.r.l.
OROGEL	SPEDIFIERE
PARMALAT	SURGITAL
PARTESA-EMILIA S.r.l.	TOP COMPANY ARL
PASTE TIPICHE REGIONALI S.r.l.	TURATELLO ITALIA
PASTIFICIO ANDALINI	UNIGEL
PASTIFICIO BOLOGNESE	VALSOIA
PASTIFICIO GHIGI	VILLA FRATTINA
PATATE LIOFILIZZATE	VILLANI
COME UNA VOLTA S.r.l.	VITALIA
PIZZOLI S.p.A.	ZANI
REGGIANA ALIMENTARI	ZANZI VINI
RODOLFI MASUETO	



I SOSTENITORI

La gratitudine della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna va anche a tutti coloro che nel 2003 l'hanno sostenuta economicamente e moralmente nel raggiungere i risultati descritti, coloro che noi abbiamo chiamato "sostenitori". I numerosi soggetti che sostengono l'attività della Fondazione tramite diverse donazioni sono elementi vitali e indispensabili per portare a termine l'opera di "miglioramento sociale ed economico delle persone in stato di povertà", come appunto dichiara la mission della Fondazione stessa.

Elenchiamo in seguito questi soggetti in base alla categoria di appartenenza:

AMMINISTRAZIONI LOCALI

REGIONE EMILIA ROMAGNA

PROVINCE

Provincia di Ravenna

Provincia di Modena

COMUNI

Comune di Castel d'Argile

Comune di Castel San Pietro Terme

Comune di Bologna

Comune di Imola

Comune di Forlì

Comune di Cesena

Comune di Forlimpopoli

Comune di Cesenatico

Comune di Faenza

Comune di Modena

Comune di Casola Val Senio

Comune di Ozzano Emilia

Comune di Pieve di Cento

Comune di Castenaso

Comune di Sala Bolognese

Comune di Codigoro

Comune di Sasso Marconi

Comune di San Lazzaro

Comune di Misano Adriatico

Comune di Parma

Comune di Fidenza

Comune di Ravenna

Comune di Cervia

Comune di Monte San Pietro

Comune di Salsomaggiore

Comune di Minerbio

DIOCESI

Diocesi di Carpi

FONDAZIONI

Fondazione Cassa di Risparmio di Imola

Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna

Fondazione Cassa di Risparmio di Cesena

Fondazione Cassa di Risparmio di Cento

Fondazione Cassa di Risparmio di Parma

Fondazione Banca del Monte e

Cassa di Risparmio di Faenza

Fondazione del Monte di Bologna e

Ravenna

AZIENDE ED ALTRI

Confartigianato Imola

Confartigianato Forlì

Confartigianato Cesena

Confartigianato Rimini

Packaging Imolese

Smurfit

Mercatone Uno

Idrotermica Imolese

Azienda Agricola TRE MONTI

Sica Auto

Studio Donati

Valfrutta

Nordi Conad

CON-Ami

Coop. TRASPORTI IMOLA

MBS S.a.s - Consulenza e formazione aziendale

Aretés Modena

Dott.sa Valeria Altamura

PRIVATI

Dott. Francesco Mariani

Sig. Gianpietro Mondini

Sig. Pietro Sarti

Fra i sostenitori troviamo chi ha sostenuto l'attività della Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna con contributi economici, ma anche chi ha messo a disposizione le competenze professionali per aiutare a migliorare l'attività ordinaria.

9. PROGRAMMA DI SVILUPPO 2005

Nel corso del 2004 la Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna si è prefissa un programma di sviluppo per il 2005, di seguito il dettaglio.

RISTRUTTURAZIONE MAGAZZINO

Nel 2003 sono iniziati i lavori per l'ampliamento delle strutture di stoccaggio del magazzino di Imola. La struttura è stata inaugurata ufficialmente il 3 ottobre 2004 all'interno della Festa delle Opere. Rimane da realizzare un tunnel mobile – richiesto dall'ASL - che dovrà unire la parte pre-esistente del magazzino alla nuova struttura ed il cui montaggio è previsto entro il 2005. Si prevede l'acquisto di una cella frigorifera da 200 m³, scaffalature industriali, un autocarro e un furgone refrigerato (con temperatura positiva e negativa) e attrezzatura informatica.

ADEMPIMENTI LEGISLATIVI

La Fondazione stipulerà una convenzione con un'azienda di consulenza per adempiere in modo corretto e trasparente a Dlgs 155/97, in attuazione delle direttive 93/43 CEE e 96/3/CE concernenti l'igiene dei prodotti alimentari che prescrive norme molto vincolanti in tema di gestione, conservazione e distribuzione che impongono un costante aggiornamento delle strutture e del metodo operativo. Lo stesso per la legge 626/94, relativa alla sicurezza sul lavoro. Su questo aspetto si

vogliono coinvolgere sempre più gli enti caritativi in una formazione in tema igienico-sanitario e sul rispetto dell'ambiente.

Si cercherà di predisporre un programma informatico di gestione del magazzino che permetta di operare nel rispetto della Direttiva Europea 178/02, sulla tracciabilità dei prodotti alimentari.

Sviluppare il progetto SITICIBO nato dalla "legge del Buon Samaritano", che prevede il recupero delle eccedenze alimentari anche dalla "ristorazione collettiva" (mense scolastiche, aziendali, ecc...) nella città di Bologna. In Lombardia il progetto è già operativo.

MIGLIORAMENTO DELLA CAPACITÀ OPERATIVA

Potenziare il servizio di consegna dei prodotti freschi e surgelati direttamente agli enti assistenziali in modo da ridurre al minimo i tempi di deposito e venire incontro alle esigenze e difficoltà degli enti stessi. Intensificare l'attività di raccolta e ricondizionamento dei prodotti condizionati provenienti dalle aziende alimentari e dalla Grande Distribuzione Organizzata.

Perfezionare la gestione dei prodotti raccolti in occasione della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare al fine di svolgere una distribuzione agli Enti benefici tempestiva e armonizzata con le loro strutture ed i loro bisogni, in particolare riuscire a distribuire i prodotti prima del Santo Natale.

Edizione
Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna

Consulenza Metodologica
MBS S.a.s. e Artès Modena

Grafica
Immaginazione

FONDAZIONE BANCO ALIMENTARE EMILIA ROMAGNA



Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna
via C. Morelli, 8 - 40026- Imola (Bo)
Tel. 0542.29805 - Fax 0542.32180
e-mail: banco.emilia@fastwebnet.it

AIUTACI AD AIUTARE

Per donazioni

Fondazione Banco Alimentare
dell'Emilia Romagna ONLUS
Conto Corrente postale n. 34702514

Per informazioni e volontariato contattare

Fondazione Banco Alimentare
dell'Emilia Romagna ONLUS
tel 0542.29805 Fax 0542.32180
e-mail: banco.emilia@fastwebnet.it