

04 Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych

Kluczowe działania w 2020 roku

1200	audytów i niezapowiedzianych inspekcji dostawców produktów świeżych i marki własnej
50%	spadek reklamacji klientów dotyczących jakości produktów świeżych
ponad 19 000	osób przeszkolonych w zakresie zasad pracy z produktami świeżymi
68	nowych produktów wegańskich i wegetariańskich marki własnej
17	nowych produktów bezglutenowych marki własnej
blisko 100	reformulacji produktów marki własnej
blisko 80	produktów poddanych reformulacji, dzięki czemu zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek 2294 ton cukru, 28 ton tłuszczu i 36 ton soli w 2020 roku

Głos Eksperta



Dr Katarzyna Wolnicka, Kierownik Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej NIZP-PZH

Błędy żywieniowe najczęściej popełniane przez Polaków to zbyt duże spożycie soli, mięsa czerwonego i przetworów mięsnych oraz cukru, słodczych i napojów słodzonych, przy jednoczesnym niewystarczającym spożyciu produktów zbożowych z pełnego przemiału, warzyw i owoców, nasion roślin strączkowych, ryb, chudych produktów mlecznych i jego przetworów bez dodatku cukrów, a także orzechów.

Tymczasem wiele wyników badań przemawia za korzystnym dla zdrowia oddziaływaniem diety opartej w znacznym stopniu na produktach pochodzenia roślinnego. Zgodnie z zaleceniami z 2020 roku, warzywa i owoce powinny stanowić połowę tego, co jemy (z zachowaniem proporcji więcej warzyw niż owoców).

Badania wykazują, że duże spożycie warzyw i owoców przyczynia się do zmniejszenia ryzyka zachorowania, m.in. na nowotwory złośliwe i choroby sercowo-naczyniowe (nadciśnienie tętnicze, udary mózgu, zawały serca), a także wiele innych przewlekłych chorób, m.in. cukrzycę typu II i otyłość. Minimum to 400 gramów warzyw i owoców dziennie.

Zalecenia zdrowego żywienia w graficznej postaci talerza pokazują, że w prawidłowo zbilansowanej diecie powinny się także znaleźć produkty zbożowe z pełnego przemiału, będące głównym źródłem węglowodanów złożonych i błonnika pokarmowego. Zaleca się natomiast ograniczenie mięsa czerwonego i przetworów mięsnych na rzecz mięsa drobiowego, ryb, nasion roślin strączkowych, orzechów i jaj. Wyniki badań wykazują, że ryzyko przedwczesnego zgonu zarówno z powodu nowotworów, jak i chorób układu sercowo-naczyniowego rośnie wraz z ilością przetworzonego mięsa w diecie.



> 103-2

Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2021–2023:

1. Rozwój produktów dla osób o specjalnych potrzebach / preferencjach żywieniowych, takich jak produkty dedykowane dla wegan, wegetarian, produkty bez laktozy i/ lub bezglutenowe.

2. Dobrowolne wprowadzenie oznakowania „bez GMO” / „Wyprodukowano bez stosowania GMO” dla 75% produktów żywnościowych marki własnej, które mogą zawierać składniki modyfikowane genetycznie (m.in. soja i kukurydza), pomagając w ten sposób konsumentom w podjęciu decyzji zakupowych – 55% rok 1 / 65% rok 2 / 75% rok 3.

3. Dalsze opracowywanie i wdrożenie programów promujących diety śródziemnomorską / zdrowe nawyki żywieniowe – na podstawie rekomendacji ekspertów ds. żywienia z uwzględnieniem uwarunkowań krajowych. Oznakowanie produktów ułatwiających konsumentom podejmowanie świadomych wyborów żywieniowych i edukacja w tym zakresie.

4. Wyeliminowanie barwników innych niż te naturalnego pochodzenia ze składu 90% produktów marki własnej do roku 2023.

5. Wyeliminowanie wzmacniaczy smaku ze składu 90% produktów marki własnej do roku 2023.

6. Promowanie zdrowego żywienia wśród seniorów poprzez demokratyzację dostępu do produktów spożywczych marki własnej, które wpisują się w potrzeby żywieniowe osób 55+.

7. Oznakowanie 100% napojów alkoholowych marki własnej wartością energetyczną.

8. Stosowanie znaku ostrzegawczego dla kobiet w ciąży na etykietach 100% napojów alkoholowych marki własnej.

9. Stosowanie znaku dotyczącego bezpiecznej jazdy na etykietach 100% napojów alkoholowych marki własnej.

> 103-2 Jakość i bezpieczeństwo oferowanej w Biedronce żywności nie podlega kompromisom. Jesteśmy odpowiedzialni za to, co spożywa ogromna większość mieszkańców Polski – ponad ¾ społeczeństwa robi w Biedronce regularne zakupy, a ponad połowa traktuje ją jako swój główny sklep. Wraz z naszymi dostawcami mamy wpływ na jakość diety i w konsekwencji również zdrowie Polaków – o czym zawsze pamiętamy opracowując naszą ofertę. Chcemy, żeby każdy produkt spożywczy, który klienci znajdą na naszych półkach, był smaczny, miał dobry skład, odpowiednią wartość odżywczą, gwarantował pełne bezpieczeństwo i był oferowany w dostępnej cenie. Opracowana przez nas Polityka Żywnościowa promuje zdrowy styl życia – chcemy w ten sposób przyczynić się do zapobiegania chorobom związanym z nieprawidłowym odżywianiem, takim jak np. otyłość, cukrzyca typu II, osteoporoza i choroby sercowo-naczyniowe. **Polityka żywieniowa** naszej sieci wdrażana jest zgodnie z rekomendacjami Światowej Organizacji Zdrowia (WHO).

Z treści Polityki żywieniowej można się zapoznać na stronie www.csr.biedronka.pl.

W Biedronce wszyscy odpowiadamy za jakość. Maksyma ta zobowiązuje nas do ciągłego podnoszenia standardów jakości i bezpieczeństwa żywności – szczególnie w kontekście ciągłego postępu technologicznego oraz zmieniających się oczekiwań klientów. Realizujemy ogólnofirmową **Politykę jakości i bezpieczeństwa produktów**, która określa proces rozwoju marek własnych i produktów świeżych.

Z treści Polityki jakości i bezpieczeństwa produktów można zapoznać się na stronie www.csr.biedronka.pl.

Jakość i bezpieczeństwo żywności



Tomasz Grzegorzcyk,
Dyrektor Działu Jakości
Produktów Świeżych
i Bezpieczeństwa
Żywności

Właściwe odżywianie nabrało w okresie pandemii szczególnego znaczenia. W roku 2020 wszyscy spędziliśmy w domach znacznie więcej czasu niż zazwyczaj, zaczęliśmy więcej gotować, a przyjęte zasady izolacji społecznej uniemożliwiły wielu osobom uprawianie różnych form aktywności fizycznej. Niezmiennie od wielu lat stawiamy na wnikliwą kontrolę jakości dostarczanych produktów. Każdego dnia pracownicy naszego działu jakości kontrolują dostawców, produkty i procesy funkcjonujące w naszych sklepach. Wszystko po to, by nasi klienci mogli bezpiecznie sięgać po oferowane przez nas produkty świeże i sezonowe.

Nasze standardy jakości

Podstawowe wymagania jakościowe

> 103-2, 416-1 Rygorystycznie przestrzegamy wszystkich przepisów prawa w zakresie bezpieczeństwa i jakości produktów spożywczych – dotyczy to zarówno naszej firmy, jak i pośredników działających w łańcuchu dostaw. Dodatkowo wprowadziliśmy obowiązujący dostawców standard Podstawowych Wymogów Jakościowych (BQR – Basic Quality Requirements). BQR łączy wymagania zawarte w ISO 22000, HACCP, GMP i GHP, a jednocześnie definiuje szczegółowe wytyczne, które muszą zostać spełnione, aby zagwarantować bezpieczeństwo oraz wymagany, powtarzalny poziom jakości wyrobu gotowego. BQR dotyczy wszystkich kategorii produktów świeżych – warzyw i owoców, pieczywa regionalnego i bake-off, świeżych mięs i ryb oraz jaj. Standardy zostały opracowane dla każdej z wymienionych kategorii indywidualnie, nie tylko w oparciu o przyjęte dla tych produktów normy określone przepisami prawa, ale również o ogromne doświadczenie i wiedzę naszych specjalistów, którzy systematycznie kontrolują dostawców sieci Biedronka.



Standardy BQR powstały w roku 2018 i są systematycznie modyfikowane ze względu na pojawianie się kolejnych specyficznych wymagań, regulacji prawnych bądź coraz bardziej restrykcyjnych wymogów dotyczących parametrów mikrobiologicznych i fizykochemicznych. W 2020 roku zaktualizowaliśmy standard BQR odnoszący się do świeżego mięsa.

Lista kontrolna produkcji pierwotnej

Opracowaliśmy również standardy dla wszystkich pierwotnych producentów owoców i warzyw w formie listy kontrolnej produkcji pierwotnej (Primary Production Check-List). Wymagania te obejmują między innymi następujące kwestie:

- prowadzenie dokumentacji,
- informowanie o zastosowanych nawozach organicznych i nieorganicznych oraz pestycydach,
- zarządzanie miejscem produkcji,
- wymagania szczegółowe dotyczące personelu produkcyjnego,
- szkolenia,
- proces identyfikacji,
- sporządzanie map glebowych.



Każdy z wymienionych obszarów listy kontrolnej produkcji pierwotnej został odpowiednio uszczegółowiony, a całość procedury ma na celu kontrolę lokalnych producentów działających w Polsce i udzielenie im odpowiedniego wsparcia.

Audyty bezpieczeństwa i jakości oraz niezapowiedziane inspekcje dostawców

> 103-2, 416-1 Chcemy mieć całkowitą pewność, że opracowane przez nas standardy, zawarte w Polityce jakości i bezpieczeństwa produktów, Polityce zrównoważonego pozyskiwania zasobów oraz Kodeksie postępowania dla dostawców, są przestrzegane. Są to podstawowe warunki współpracy i wszyscy dostawcy wiedzą, jak poważnie je traktujemy. Co najmniej raz na 6–18 miesięcy przeprowadzamy audyt u każdego z polskich dostawców. Częstotliwość kontroli zależy od oceny ryzyka produktów i dostawcy, wyniku uzyskanego podczas poprzedniego audytu oraz oceny działania (np. wyniku kontroli analitycznej lub reklamacji) – im były wyższe, tym rzadziej powtarzamy audyt.



W 2020 roku przeprowadziliśmy prawie 1200 audytów i niezapowiedzianych inspekcji wśród współpracujących z nami producentów produktów świeżych i marki własnej w obszarze kontroli jakości i bezpieczeństwa żywności.

Korzystamy z zewnętrznych, akredytowanych laboratoriów do analizy powierzchni roboczych, sprzętów wykorzystywanych w procesach produkcyjnych w sklepach, produktów gotowych oraz wody w celu kontroli zagrożeń mikrobiologicznych. W 2020 roku wykonano 26 579 analiz, czyli ponad trzykrotnie więcej niż w roku 2019. Wynika to ze wzrostu liczby sklepów z ładami mięsnymi, które wymagają większej liczby analiz. Ponadto w 2020 roku w centrali (gdzie rozwijamy produkty naszej marki własnej) i w 16 centrach dystrybucyjnych został przeprowadzony audyt, który zakończył się przedłużeniem certyfikatu **ISO 22000**, który wyznacza normy zarządzania bezpieczeństwem i higieną żywności.

➤ W naszych sklepach i Centrach Dystrybucyjnych przeprowadziliśmy w 2020 roku 6716 audytów (wewnętrznych, kontrolnych i zewnętrznych), co stanowi wzrost o 32% w porównaniu z 2019 rokiem.



DOBRA PRAKTYKA

Najwyższe normy bezpieczeństwa żywności

W przypadku dużych dostawców międzynarodowych o niskim poziomie ryzyka (chodzi o skład i potencjalne ryzyko zanieczyszczenia produktu) nasze audyty mogą przybrać formę monitorowania certyfikacji systemu bezpieczeństwa żywności zatwierdzonej przez Global Food Safety Initiative, w szczególności British Retail Consortium (BRC), Global GAP, HACCP/Codex Alimentarius, International Featured Standards (IFS), Food Safety System Certification (FSSC) 22000 lub ISO 22000.

	2019	2020
Testy laboratoryjne marki własnej (żywności i produktów nieżywnościowych)	14 964	15 504
Testy laboratoryjne na produktach spożywczych	3416 ²	4816
Audyty dostawców produktów świeżych	154	147
Niezapowiedziane inspekcje dostawców produktów świeżych	1351	584
Audyty dostawców produktów marki własnej (spożywczych i niespożywczych)	453	467
Analizy mikrobiologiczne na powierzchniach roboczych, sprzęcie i urządzeniach do obsługi produktów	7151	26 579

² Wielkość została zaktualizowana w stosunku do roku poprzedniego z uwagi na zmianę systemu raportowania (zgodnie z liczbą badań z systemu QMS).

Na spadek liczby niezapowiedzianych inspekcji w 2020 roku wpłynęła pandemia COVID-19. W wielu przypadkach nie było możliwości wykonania kontroli, ze względu na podejrzenia lub aktywne przypadki wirusa w danym zakładzie produkcyjnym, co stwarzało bezpośrednie ryzyko dla audytorów. Jeżeli nie było możliwości przeprowadzenia kontroli w danym zakładzie, wówczas nasza uwaga była skupiona na Centrum Dystrybucyjnym, gdzie produkty były dostarczane. W Centrum odbywała się właściwa, bardzo dokładna kontrola asortymentu przy przyjęciu towaru. Zwiększyliśmy natomiast liczbę testów laboratoryjnych.

➤ 103-3 Już od wielu lat co roku przeprowadzamy audyty i inspekcje po to, aby zadbać o bezpieczeństwo naszych klientów. W 2020 roku odnotowaliśmy prawie pięćdziesięcioprocentowy spadek reklamacji klientów dotyczących jakości produktów świeżych, w tym liczba reklamacji krytycznych spadła o prawie 9% względem 2019 roku. Ponadto zmuszeni byliśmy do wycofania o 30% mniej produktów.

Jakość produktów niespożywczych

Zapewniamy również jakość produktów niespożywanych (non-food) marek własnych. W tym celu współpracujemy z niezależnymi jednostkami badawczymi, certyfikacyjnymi i inspekcyjnymi. Za swoich partnerów wybraliśmy niemieckie firmy TÜV Rheinland i DEKRA, brytyjski Intertek, międzynarodowe stowarzyszenie Oeko-Tex. Tekstyla dziecięce darzymy szczególną troską i dbamy o nie w najmniejszym detalu. Dlatego aby zapewnić najwyższą jakość ubrań oraz akcesoriów dla dzieci, opiniujemy je w Instytucie Matki i Dziecka.

Procedura certyfikacji dla każdej kategorii asortymentowej skupiona jest wokół pięciu podstawowych filarów:

bezpieczeństwo
produktu

funkcjonalność
produktu

trwałość produktu

inspekcje kontrolne procesów
produkcyjnych

jakość wykonania



TÜV Rheinland i DEKRA

Weryfikacja wszystkich cech i funkcji danego urządzenia, jego odporności na mechaniczne uszkodzenia, wytrzymałości silników na długie użytkowanie, trwałości komponentów.



STANDARD 100 by OEKO-TEX®

Niezależny system badań i certyfikacji dla wyrobów włókienniczych na wszystkich etapach przetwarzania. Certyfikat potwierdza, że produkty są wolne od substancji szkodliwych w stężeniach mających negatywny wpływ na stan zdrowia człowieka.



Certyfikacja Intertek Odzież i akcesoria

Weryfikacja m.in. składu surowcowego oraz odporności wybarwień na pot, pranie czy tarcie, trwałość szwów i wytrzymałość na rozrywanie dla odzieży i akcesoriów.



Certyfikacja Intertek Obuwie

Objmuje badanie m.in. cech użytkowych obuwia takich jak odporność na wielokrotne zginanie, poślizgowość, wytrzymałość połączenia spodu z wierzchem i przemakalność.



Global Recycled Standard

Standard dla włókien pochodzących z recyklingu przy jednoczesnej dbałości o środowisko, warunki socjalne czy też kontrolę użytych środków chemicznych bezpiecznych dla człowieka i środowiska. Certyfikacja GRS przeznaczona jest dla produktów, które zawierają co najmniej 20% materiału pochodzącego z recyklingu. Logotyp na opakowaniu umieszczany jest na produktach, które mają w składzie min. 50% surowca pochodzącego z recyklingu.



MADE IN GREEN by OEKO-TEX®

Certyfikat potwierdza, że ten artykuł został zbadany pod kątem zawartości szkodliwych substancji, mogących mieć negatywny wpływ na użytkowników. Gwarantuje również, że wyrób został wyprodukowany w zrównoważonych warunkach produkcji przy zachowaniu procesów przyjaznych środowisku, a także bezpiecznych i społecznie odpowiedzialnych warunkach pracy.



Pozytywna Opinia Instytutu Matki i Dziecka to:

- weryfikacja bezpieczeństwa oraz konstrukcji produktów,
- produkt oceniany pod kątem harmonijnego rozwoju dziecka,
- badania użytkowe przeprowadzone w grupie rodziców i dzieci.



FSC

Począwszy od 2019 roku wszystkie nasze zabawki drewniane wykonane są z drewna pozyskiwanego w 100% z lasów zarządzanych w sposób zrównoważony, co potwierdza certyfikat FSC® (Forest Stewardship Council). FSC® pomaga zachować lasy dla przyszłych pokoleń.

**DOBRA PRAKTYKA****Dłuższa gwarancja żywotności RTV i AGD**

W 2020 roku zobowiązaliśmy się do wydłużenia gwarancji żywotności produktów do 3 lat dla wszystkich nowych produktów elektrycznych i elektronicznych marki własnej wprowadzanych od stycznia 2021. Pierwsze produkty elektryczne marki Hoffen i Niteo z 3-letnią gwarancją wprowadziliśmy do sprzedaży już w 2020 roku, przyczyniając się tym samym do redukcji ilości zużytego sprzętu elektrycznego.



Weryfikujemy bezpieczeństwo dla konsumentów, cechy użytkowe, komfort użytkowania, funkcjonalność oraz wytrzymałość produktów. Każdy wyrób testowany jest w warunkach laboratoryjnych według ściśle określonego programu badań charakterystycznego dla danej grupy i odpowiadającego jego specyfikacji, uwzględniając przy tym jego funkcje, skład surowcowy, komponenty, przeznaczenie czy grupę docelową.

Kontrolujemy też zgodność wyrobów wytworzonych z wyrobem przedstawionym do oceny, co dokonywane jest podczas dwuetapowej kontroli w miejscu produkcji – na początku procesu wytwarzania oraz na etapie finalnym (przy wyprodukowanych 90% produktów). To nam gwarantuje, że nasze wymagania jakościowe są realizowane na każdym etapie produkcji.



W 2020 roku przeprowadziliśmy 1052 laboratoryjne badania jakościowe dla produktów niespożywczych (wzrost o 17% w stosunku do 2019 roku) oraz 3649 inspekcji kontrolnych procesów produkcyjnych.



Świeżość i jakość w naszych sklepach jako element kultury organizacyjnej

2010



- pierwsze piecze do wypieku pieczywa
- jako pierwsza sieć handlowa w Polsce uruchamiamy system zarządzania bezpieczeństwem żywności zgodny z ISO 22000

2012



- nowe logo Biedronki i ogólnopolska kampania reklamowa pod hasłem „Daj się zaskoczyć jakością Biedronki”
- lepsza ekspozycja warzyw i owoców w sklepach

2014

2016

- powołanie ogólnofirmowego stanowiska Kierownik Sprzedaży Produktów Świeżych, który odpowiada za jakość i dostępność produktów świeżych w podległych mu sklepach Biedronki

- otwarcie i pierwsze zajęcia Szkoły Produktów Świeżych. Do 2019 roku ekspercką wiedzę o jakości produktów świeżych zdobył ponad 54 tys. pracowników Biedronki



- uruchomienie fabryki zupy przygotowującej zupy ze świeżych warzyw od krajowych dostawców. Dzięki wprowadzonym innowacjom nasze zupy mają długi okres przydatności do spożycia, bez stosowania konserwantów, a do ich produkcji od początku wykorzystujemy tzw. „nieskalibrowane” warzywa



- Gang Świeżaków – pierwsza akcja lojalnościowa zorganizowana przez Biedronkę, która szybko stała się ogólnopolskim fenomenem. Kolorowe maskotki w kształcie popularnych warzyw i owoców zachęcają całe rodziny do kupowania produktów świeżych z oferty Biedronki

2019



- start kampanii Świeżoznamy Biedronki. Reklamy z naszymi pracownikami promującymi jakość w pracy

2020



- pojawienie się w każdym sklepie książki „Jestem Świeżoznamcą, znam się na jakości produktów świeżych” dostępnej dla pracowników



- wirtualne lekcje „Świeżoznamcy Pieczywa” dla pracowników Biedronki



- udostępnienie materiałów wideo pokazujących prawidłowe postępowanie z produktami świeżymi w sklepie (kategorie: pieczywo, mięso i ryby)

- szkolenie „Szkoła Produktów Świeżych” zmienia się w cykl szkoleń „Zostań Świeżoznamcą”, które przechodzi każdy nowo zatrudniony kasjer-sprzedawca w sklepie



- cykl artykułów promujących owoce i warzywa na portalu świeżoznamcy.wp.pl

W 2020 roku kontynuowaliśmy zapoczątkowany pod koniec roku 2019 program „Świeżoznawców”, czyli pracowników sklepów Biedronka, którzy są specjalistami do spraw jakości i świeżości produktów. Motto programu – „Więcej świeżości w codzienności” – znają wszyscy nasi pracownicy.

Kluczowe zasady obowiązujące „Świeżoznawcę” Biedronki w kategorii owoce i warzywa:



Odpowiednia ekspozycja

Aby maksymalnie zabezpieczyć warzywa i owoce przed uszkodzeniami, wykorzystujemy różne formy opakowań. Staramy się, aby produkty zawsze były łatwo dostępne, a na stoiskach panował porządek.

Staranna selekcja

Skrupulatnie sprawdzamy każdą dostawę przy wykładaniu owoców i warzyw na półki. Pilnujemy, aby produkty były również regularnie przeglądane w ciągu dnia – szczególnie te, które są bardzo wrażliwe na światło i temperaturę.



Właściwe przechowywanie

Wrażliwość warzyw i owoców na światło oraz temperaturę wymaga wielkiej troski i przestrzegania wielu zasad. Codziennie dostarczane świeże produkty przechowujemy w warunkach dostosowanych do indywidualnych potrzeb konkretnych gatunków owoców i warzyw zanim wyłożymy je na półki sklepowe. Dzięki temu przyczyniamy się do zmniejszenia strat żywności w sklepach.



Program „Świeżoznawcy” rozwijamy na kilku płaszczyznach jednocześnie. Jego podstawą są spotkania organizowane pod nazwą „Zostań Świeżoznawcą”, które odbywają się na wszystkich szczeblach organizacyjnych.

Poza tym w każdym sklepie pracownicy mają do dyspozycji podręczniki „Jestem Świeżoznawcą. Znam się na jakości produktów świeżych” oraz „Segregator Świeżoznawcy” z opisami asortymentu produktów świeżych. Działania w ramach programu – to również informacje przekazywane pracownikom sklepów co tydzień w raporcie operacyjnym oraz co miesiąc na plakacie informacyjnym, kalendarz z ciekawostkami, quizy na stronie www.dlanaswj.m.pl czy artykuły w magazynie „Razem w JM”.





DOBRA PRAKTYKA

Szkolenia Zostań Świeżoznawcą

Od maja 2020 roku wszystkie nowo zatrudnione osoby są zapraszane przez kierownika sprzedaży produktów świeżych na szkolenie „Zostań Świeżoznawcą – szkolenie wdrożeniowe” (wcześniej odbywało się to w ramach Szkoły Produktów Świeżych). Dwudniowy kurs obejmuje ogólne zasady pracy z produktami świeżymi (znaczenie kategorii, ciąg chłodniczy, etykiety cenowe, rola działu kontroli jakości), a także szczegółowe informacje o pracy z owocami i warzywami, pieczywem i mięsem oraz rybami. Poszerzamy również wiedzę dotyczącą produktów świeżych sprzedawanych w Biedronce w formie prezentacji i degustacji wybranych, ciekawych i mniej znanych klientom artykułów.

W 2020 roku podczas Szkoły Produktów Świeżych oraz szkolenia wdrażającego „Zostań Świeżoznawcą” przeszkoliliśmy 8131 osób w trakcie kursów trwających 130 096 godzin.

Nie zapominamy też o pracownikach z większym stażem, którzy z różnych względów nie uczestniczyli w kursie Szkoły Produktów Świeżych, oraz o tych, których wiedza w tym zakresie wymaga poszerzenia. Z myślą o nich przygotowaliśmy kurs „Zostań Świeżoznawcą – szkolenie uzupełniające”, w ramach którego przypominamy, jak efektywnie pracować z owocami, warzywami, pieczywem oraz mięsem i rybami w formie kilkugodzinnych sesji szkoleniowych, obejmujących przede wszystkim zajęcia praktyczne w sali sprzedaży w sklepie. Chcemy, by każdy pracownik sklepu poczuł się prawdziwym Świeżoznawcą.



W 2020 roku, we współpracy z Wirtualną Polską, jednym z największych serwisów informacyjnych, stworzyliśmy też platformę swiezoznawcy.wp.pl z poradami dotyczącymi zachowania świeżości warzyw i owoców, która do końca roku zanotowała ponad milion odwiedzin.



Biedronkową ofertę dotyczącą świeżych produktów nasi klienci mogą znaleźć pod internetowym adresem www.swiezoznawcy.pl. W 2020 roku witrynę tę odwiedziło ponad 120 tysięcy osób.

Produkty zaspokajające specjalne potrzeby żywieniowe



Dr inż. Justyna Szymani, Dyrektorka Działu Rozwoju Jakości i Kontroli Marki Własnej

Tworząc nowe produkty, działamy ze świadomością, że każda nasza decyzja może mieć wpływ na dietę i w konsekwencji zdrowie naszych konsumentów, a jest ich około 4 mln dziennie! Z myślą o nich stale monitorujemy trendy rynkowe i doniesienia ekspertów w zakresie żywienia – i wiemy, jak ważna jest zbilansowana dieta oraz udział w niej warzyw oraz innych produktów pochodzenia roślinnego.



DOBRA PRAKTYKA COVID-19

Jogurt na odporność

Jesienią 2020 roku do sklepów w całej Polsce wprowadziliśmy jogurt Akiplus LGG, zawierający 12,5 miliarda bakterii *Lactobacillus rhamnosus*, LGG® oraz witaminy B6 i D. Był to pionierski krok wśród marek własnych w Polsce. Witaminy zawarte w Akiplus LGG – dostępnym w smakach truskawka-kiwi oraz jagodowym – wspiera prawidłowe funkcjonowanie układu odpornościowego.

Jogurty Akiplus LGG zdobyły srebrny medal w kategorii produkty marki własnej w ogólnopolskim badaniu konsumenckim „Najlepszy Produkt 2021 – Wybór Konsumentów” zrealizowanym przez instytut GfK Polonia.



Więcej informacji na temat jogurtu można znaleźć na stronie www.dobrebakterielgg.pl.

Produkty roślinne

➤ 103-2 W 2020 roku mocno postawiliśmy na produkty roślinne, które uzupełniają kompleksową i zróżnicowaną dietę. Potrawy kuchni roślinnej to już nie ekstrawagancja – to codzienność i podstawa menu milionów Polaków. Nie tylko dostrzegamy, ale także wspieramy ten trend wiedząc, że dieta roślinna – może przynieść korzyści zarówno dla naszego zdrowia, jak i dla planety, dlatego stworzyliśmy własny standard dedykowany produktom dla wegan i wegetarian. Dzięki temu mamy pewność, że każdy produkt został sprawdzony pod kątem składników pochodzenia zwierzęcego, a produkujący je zakład przeszedł procedurę kwalifikacyjną. Standard nie dopuszcza zanieczyszczenia krzyżowego składnikami odzwierzęcymi. W stałym asortymencie posiadamy około 50 produktów dla wegan i/lub wegetarian i niemal drugie tyle w ofertach czasowych. Wśród produktów marki goVEGE klienci znajdują alternatywy zarówno dla produktów mlecznych, np. napoje roślinne, jak i mięsnych, np. burgery warzywne.



W roku 2020 wprowadziliśmy do oferty 68 nowych produktów wegańskich lub wegetariańskich marki własnej – m.in. Cociojogu goVEGE, majonez sałatkowy wegański goVEGE, organiczne tofu goVEGE oraz burger jaglany z burakami goVEGE.



DOBRA PRAKTYKA

Srebro w plebiscybie RoślinnieJemy

Nasza marka goVEGE zdobyła srebrny medal w kategorii **Game Changer** plebiscytu RoślinnieJemy. Jest to nagroda dla marek, które w 2020 roku wpłynęły na dostępność produktów roślinnych w Polsce.



Obalamy mity

„Planeta na talerzu” – czy weganizm to jedyny sposób, aby twoje decyzje żywieniowe miały pozytywny wpływ na kondycję naszej planety? Niekoniecznie! Dieta planetarna to optymalna dieta oparta na różnorodnych kategoriach produktów roślinnych, która nie wyklucza, lecz jedynie ogranicza udział produktów pochodzenia zwierzęcego. Podejście to nie wymaga radykalnej zmiany przyzwyczajeń, jedynie ich modyfikacji, które przyczynią się do ochrony środowiska.

Produkcja zwierzęca, szczególnie mięsa czerwonego, ma stosunkowo większy negatywny wpływ np. na emisję gazów cieplarnianych, a eksperci podkreślają, że choć mięso i nabiał – to istotne elementy naszej diety, ich udział, szczególnie mięsa czerwonego, powinien być ograniczany na korzyść roślinnych źródeł białka. Każda nawet mała zmiana na talerzu to krok w kierunku bardziej zrównoważonego sposobu żywienia i nie wymaga to wykluczenia wszystkich produktów odzwierzęcych.

Więcej w ramach „Dobra Praktyka – Kongres Żywieniowy”. [📖 czytaj na str. 45 ▶](#)

Produkty bezglutenowe i bez laktozy

➤ 103-2 W 2020 roku już po raz siódmy podpisaliśmy umowę z Polskim Stowarzyszeniem Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej, co zaowocowało ponad 100 produktami bezglutenowymi objętymi licencją, które pojawiły się na naszych półkach w ofertach stałych lub czasowych. Jako jedna z pierwszych sieci handlowych w Polsce już w 2014 roku zaoferowaliśmy w ramach asortymentu marki własnej produkty bezglutenowe oznaczone znakiem towarowym Przekreślony Kłos. Daje to klientom gwarancję, że skutecznie eliminujemy obecność glutenu na każdym etapie produkcji oraz – co najważniejsze – regularnie badamy nasze wyroby.

➤ W roku 2020 wprowadziliśmy do oferty produktów marki własnej 17 nowych pozycji bezglutenowych, np. pizzę z pepperoni i szynką Donatello albo majonez wegański goVEGE oraz 3 pozycje bez laktozy, np. serek bez laktozy waniliowy Tutti. Łącznie w naszej ofercie można było znaleźć 107 produktów bezglutenowych oraz 18 produktów bez laktozy marki własnej.



Produkty bio

Wspieramy rolnictwo naturalne, doceniając jego korzystny wpływ między innymi na różnorodność biologiczną. Więcej na temat produktów ekologicznych można przeczytać w podrozdziale Promowanie zrównoważonych praktyk produkcyjnych. [📖 czytaj na str. 60 »](#)



Poprawa składu produktów

Reformulacje

➤ 103-2 W Biedronce jesteśmy świadomi, że właściwy sposób żywienia ma kluczowy wpływ na dobre zdrowie i jakość życia oraz leży u podstaw sukcesu wielu celów zdefiniowanych w ramach naszej strategii zrównoważonego rozwoju. Niezmiennie od 2014 roku poprawiamy skład i profil odżywczy produktów naszych marek własnych. Dokonujemy reformulacji, czyli poprawy składu produktów poprzez m.in. zmniejszanie zawartości takich składników jak sól, cukier czy tłuszcz, których nadmierne spożycie może prowadzić do rozwoju chorób dietozależnych. Co istotne w naszych działaniach często wyprzedzamy rynek i obowiązujące regulacje prawne.

Priorytety reformulacji określamy między innymi na podstawie wytycznych ekspertów ds. żywienia. Bierzymy pod uwagę również to, które produkty są spożywane głównie przez dzieci, które zawierają wysoki poziom soli, cukru, tłuszczu, tłuszczów nasyconych, które spożywane w dużych ilościach, mogą mieć negatywny wpływ na zdrowie publiczne. Niektóre produkty mogą być postrzegane jako zdrowe, ale ich profil żywieniowy wymaga dostosowania, ponieważ mają np. niską zawartość błonnika, witamin i minerałów. Dbamy o „czystą etykietę”, czyli możliwie jak najprostrzy skład produktów. Zamieniamy cukier m.in. na owoce, sól np. na przyprawę, i rezygnujemy z „kontrowersyjnych” składników. Nie używamy prawie połowy spośród dopuszczonych prawem polskim i europejskim³ dodatków do żywności. Poprawiamy właściwości żywieniowe produktu, jednocześnie nie pogarszając jego walorów smakowych, konsystencji, koloru, a przede wszystkim jego bezpieczeństwa.

➤ W 2020 roku 78 produktów (o 46 więcej niż w roku 2019) zostało poddanych reformulacji zgodnie z wytycznymi zawartymi w Polityce żywieniowej sieci Biedronka.

Doskonalenie składu i wartości odżywczej produktów marki własnej to główny filar naszej Polityki żywieniowej. Wybieramy te produkty i składniki, których nadmierna konsumpcja ma największy wpływ na zdrowie konsumentów. Jednocześnie zdajemy sobie sprawę, że często zbyt radykalne obniżenie zawartości niektórych składników w produktach może prowadzić do zmiany smaku tak istotnej, że konsumenci zrezygnują z nich na rzecz bardziej niezdrowych odpowiedników. Dlatego zdecydowaliśmy się na stopniową zmianę – w wybranych produktach zastępujemy na przykład kilka procent soli przyprawami albo cukru owocami. Każdorazowo badamy reakcje naszych klientów i przeprowadzamy testy konsumenckie – jeśli jest przestrzeń do kolejnych reformulacji, wykorzystujemy ją na następnym etapie.

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego ws. dodatków do żywności 1333/2008.

W 2020 roku zmniejszyliśmy zawartość cukru w 61 produktach. W sumie zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek 2294 ton cukru. Mniej cukru – w niektórych przypadkach o ponad połowę – zawiera teraz 13 napojów bezalkoholowych, 3 napoje herbaciane i 6 soków „Miami” dla dzieci. W 23 jogurtach Fruvita zawartość cukru spadła od 9% do 38%.

W 33 innych produktach zmniejszyliśmy zawartość soli od 7% do 56%. Dzięki temu zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek blisko 36 ton soli. Z kolei zawartość tłuszczu w 5 produktach została zmniejszona od 3% do 29% (w sumie usunęliśmy 28 ton tłuszczu).

Nasz jogurt pitny Fruvita Pure zdobył w 2020 roku prestiżową nagrodę **Najlepszy Produkt – Wybór Konsumenta** w kategorii „Produkty spożywcze marki własnej”. Nagroda cieszy nas tym bardziej, że o zwycięstwie w konkursie organizowanym przez „Wiadomości Handlowe” zdecydowały głosy konsumentów, którzy w reprezentatywnym badaniu przyznali naszemu jogurtowi największą liczbę punktów.



➤ 103-3 Przepisy unijne⁴ zobowiązują producentów do ograniczenia do 2021 roku tłuszczów trans do maksymalnie 2 gramów na 100 gramów tłuszczu w żywności. My zrobiliśmy to szybciej – już w 2018 roku wdrożyliśmy politykę najlepszych praktyk w tym zakresie, a w 2020 roku kontynuowaliśmy eliminację częściowo utwardzonych/uwodornionych olejów roślinnych – źródła kwasów tłuszczowych typu trans otrzymywanych przemysłowo. Ponadto w 2020 roku kontynuowaliśmy eliminację m.in. takich dodatków do żywności, jak glutaminian monosodowy, dwutlenek tytanu (barwnik), czy sybstanccji zagęszczających.



DOBRA PRAKTYKA

Czyścimy etykiety

Przykładem produktu z „czystą etykietą” są żelki Candi Misie z dodatkiem soku owocowego, które w 2020 roku poddaliśmy reformulacji – barwniki zastąpiliśmy barwiącymi ekstraktami roślinnymi, a aromaty, tymi naturalnymi.

⁴ Rozporządzenie Komisji (UE) 2019/649 z dnia 24 kwietnia 2019 roku.



Reformulacja produktów marki własnej⁵

	2019		2020	
	Liczba reformulacji	Tony ⁶	Liczba reformulacji	Tony ⁶
Redukcja cukru	21	1365	61	2294
Redukcja tłuszczu	8	87	5	28
Redukcja soli	8	12	33	36
Liczba reformulacji	37	-	99	-

⁵ Produkt może mieć zmienioną recepturę dla więcej niż jednego składnika. W 2020 roku było realizowanych blisko 100 reformulacji na prawie 80 produktach marki własnej.

⁶ Na podstawie danych dotyczących zakupu lub sprzedaży w danym roku.



DOBRA PRAKTYKA

Przykłady reformulacji produktów marki własnej w 2020 roku



Redukcja cukru

„Green Hills” IceTEA cytrynowa
obniżenie zawartości cukru o blisko o 15%,
z 8,1 g/100 ml do 6,9 g/100 ml

8,1 g
▼
6,9 g



Redukcja tłuszczu

Ser topiony Emmentaler Fasti
obniżenie zawartości tłuszczu o 29%,
z 21 g/100 g do 15 g/100 g

21 g
▼
15 g



Redukcja soli

Orzechy nerkowca prażone solone Top
obniżenie zawartości soli o 33%
z 1,5 g/100 g do 1 g/100 g

1,5 g
▼
1 g



Od 2014 roku poprawiając wartość odżywczą produktów marki własnej zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek około 4330 ton cukru, 1822 ton tłuszczu i 237 ton soli.

Reformulacja produktów dla dzieci

W Biedronce wiemy, że zdrowe nawyki żywieniowe najlepiej wpajać od najmłodszych lat. Dlatego wprowadziliśmy szczególne kryteria dotyczące składu produktów przeznaczonych dla dzieci. Wszystkie marki własne przeznaczone dla dzieci są wolne od substancji konserwujących, glutamianu monosodowego, fosforanów oraz syropu glukozowo-fruktozowego i substancji słodzących. Dotyczy to przede wszystkim artykułów, których opakowanie może być atrakcyjne dla najmłodszych – np. przedstawiających kolorowe obrazki ze zwierzętami. W 2020 roku dokonaliśmy reformulacji 11 produktów przeznaczonych dla dzieci. Przykładowo w pięciu produktach zbożowych Miami dla dzieci zmniejszyliśmy zawartość cukru od 3% do 15%.



CANDI
WĘŻE

Bonitki
KIDS

CANDI
MISIE

MADERO
KETCHUP
JUNIOR

Vital
KIDS

Mroźna
Kraina
JUNIOR

Głód
niaki

MAGNETIC
PRZYZYWA SMAKIEM

polaris
kids

PASTANI
KIDS

MARINERO
KIDS

Rapsodia
KIDS

Miami



W 2020 roku poddaliśmy reformulacji 11 produktów dla dzieci.

⁷ Dotyczy tylko produktów z grafiką dziecięcą.



DOBRA PRAKTYKA

Przykład reformulacji produktu dla dzieci

Redukcja cukru

Płatki Podusiaki Orito Miami

obniżenie zawartości cukru o 16%,
z 32 g/100 g do 27 g/100 g

32 g

27 g



Monitorowanie GMO w składzie produktów

Sprawdzamy skład naszych produktów, badając m.in. obecność składników modyfikowanych genetycznie.



Nasze normy wewnętrzne są dla GMO znacznie surowsze niż przepisy unijne – w wyjątkowych przypadkach dopuszczamy maksymalnie 0,1% GMO, podczas gdy w UE próg wynosi 0,9%⁸.

Rygorystycznie przestrzegana Polityka jakości i bezpieczeństwa produktów sprawiła, że byliśmy przygotowani na zmianę polskiego prawa⁹. Nowe regulacje dopuszczają oznaczenia produktów znakami „bez GMO” lub „wyprodukowane bez stosowania GMO” jedynie wtedy, gdy zawartość składników zmodyfikowanych genetycznie nie przekracza 0,1%. To poziom spójny z naszymi standardami, dlatego jako jedna z pierwszych sieci w Polsce wprowadziliśmy oznakowania – pojawiły się one na 12 artykułach, m.in. na makaronach Pastani.



⁸ Rozporządzenie (WE) nr 1829/2003 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 września 2003 roku w sprawie genetycznie zmodyfikowanej żywności i paszy.

⁹ Ustawa z dnia 13 czerwca 2019 roku o oznakowaniu produktów wytworzonych bez wykorzystania organizmów genetycznie zmodyfikowanych jako wolnych od tych organizmów (Dz.U. z 2019 r. poz. 1401).



Oznakowanie opakowań

- 103-2, 417-1 Wdrożyliśmy kompleksowe i przejrzyste zasady odpowiedzialnego znakowania produktów marki własnej. Stosujemy oznaczenie RWS – referencyjna wartość spożycia dla przeciętnej osoby dorosłej (8400 kJ/2000 kcal). Deklarację RWS umieszczamy zawsze w widocznym miejscu na opakowaniu. Wdrożyliśmy także inne praktyki dotyczące odpowiedzialnej komunikacji, takie jak:

Wartość odżywcza produktu:

	w 100 g produktu	% RWS* w 100 g produktu
Wartość energetyczna	000 kJ/ 00 kcal	000 kJ/ 00 kcal
Tłuszcz	0,0 g	0,0 %
w tym kwasy tłuszczowe nasycone	0,0 g	0,0 %
Węglowodany	0,0 g	0,0 %
w tym cukry	0,0 g	0,0 %
Błonnik	0,0 g	–
Białko	0,0 g	0,0 %
Sól	0,0 g	0,0 %

Uwzględnienie błonnika w tabeli wartości odżywczej z tyłu opakowania



Symbol wskazujący na pochodzenie jaj od kur z wolnego wybiegu, chowu ściółkowego lub ekologicznego

bez laktozy

Ikony na produktach, które są pozbawione laktozy



Ikony na produktach, które są bezglutenowe

**PRODUKT
POLSKI**

Ikony na produktach, których surowce pochodzą m.in. z krajowych produkcji



**Nigdy nie jeżdź
po alkoholu**

Symbol wskazujący na znaczenie odpowiedzialnej jazdy samochodem



Własny standard dedykowany dla produktów odpowiednich dla wegetarian



Własny standard dedykowany dla produktów odpowiednich dla wegan



Oznaczenie wartości energetycznej na napojach alkoholowych



**W ciąży
nie pij alkoholu**

Symbol ostrzegawczy zniechęcający kobiety w ciąży do spożywania alkoholu



Oznaczenie „Wolne od GMO”¹⁰



Ikony na produktach, które są źródłem kwasów Omega-3

¹⁰ Ustawa z dnia 13 czerwca 2019 roku o oznakowaniu produktów wytworzonych bez wykorzystania organizmów genetycznie zmodyfikowanych jako wolnych od tych organizmów (Dz.U. z 2019 r. poz. 1401).

Współpraca na rzecz promowania zdrowych nawyków żywieniowych

Chcemy zachęcić jak najwięcej Polaków do zdrowej diety i uświadomić o płynących z niej korzyściach. Dlatego chętnie dzielimy się z innymi organizacjami doświadczeniem związanym z kształtowaniem zdrowych nawyków żywieniowych. Inicjujemy publiczne dyskusje o sposobie żywienia Polaków i uczestniczymy w ważnych wydarzeniach związanych z żywieniem.



DOBRA PRAKTYKA

Spotkania ze studentami

Co roku spotykamy się ze studentami polskich uczelni, aby przekazać naszą wiedzę i najlepsze praktyki dotyczące zapewnienia jakości produktów świeżych. W 2020 roku zorganizowaliśmy spotkania on-line dla studentów pięciu uniwersytetów i szkół wyższych, w których w sumie udział wzięło około 800 osób. Rozmawialiśmy między innymi o odpowiedniej organizacji łańcucha dostaw, prawidłowo przeprowadzanych audytach oraz znaczeniu kontroli jakości w naszych centrach dystrybucyjnych.



DOBRA PRAKTYKA

Międzynarodowy Kongres Ekonomii Wartości



„Nowe menu na nowe czasy. Jakie będą konsekwencje globalnej zielonej rewolucji w kuchni?” To jedno z zagadnień omawianych w 2020 roku podczas **Międzynarodowego Kongresu Ekonomii Wartości**. Naszymi doświadczeniami w promocii zdrowych nawyków żywieniowych podzieliła się z uczestnikami Kongresu dr inż. Justyna Szymani, Dyrektorka Działu Rozwoju Jakości i Kontroli Marki Własnej.



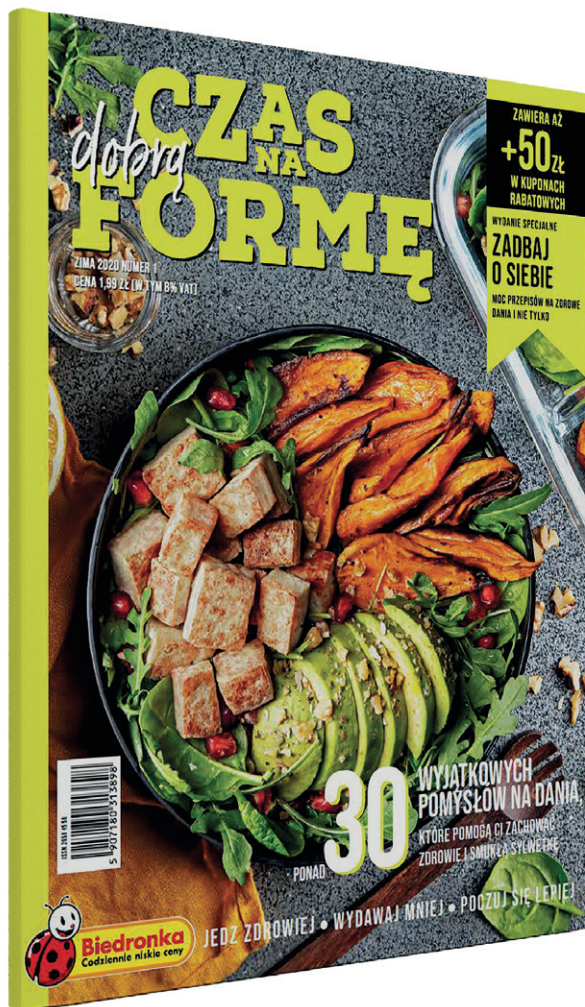
DOBRA PRAKTYKA

V Narodowy Kongres Żywniowy



W 2020 roku byliśmy partnerem strategicznym **V Narodowego Kongresu Żywniowego** poświęconego diecie przyszłości – „Dieta dla Zdrowia i Planety”. Eksperti z dziedziny medycyny, żywienia i dietetyki – w tym m.in. dr inż. Justyna Szymani, Dyrektorka Działu Rozwoju Jakości i Kontroli Marki Własnej w sieci Biedronka – dyskutowali między innymi o dietach roślinnych i ich wpływie na zdrowie oraz o kontrowersjach związanych z bezpieczeństwem żywności, np. o pozostałościach pestycydów w produktach roślinnych, antybiotykach w produktach zwierzęcych czy GMO. Motywem przewodnim Kongresu była dieta planetarna. Jej zasady opracowali na początku 2019 roku naukowcy i eksperci z całego świata w formie obszernego raportu, opublikowanego na łamach prestiżowego czasopisma naukowego „The Lancet”. Twórcy tej diety zakładają, że przyczyni się ona do wdrożenia zrównoważonego modelu żywienia, optymalnego pod względem zdrowotnym, a także korzystnego dla planety, narażonej na niekorzystne zmiany środowiskowe, oraz odpowiedniego do wymagań związanych ze wzrostem liczby ludności.

Jedną z debat kongresu poświęconą była również wpływowi produkcji żywności na środowisko oraz konieczności zmiany nawyków żywieniowych. Wzięła w niej udział Katarzyna Zgieb, Starsza Menedżerka ds. Żywienia i Rozwoju Jakości w Dziale Rozwoju Jakości sieci sklepów Biedronka. Podczas kongresu Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH zaprezentował nowe zalecenia zdrowego żywienia – dotychczasową Piramidę Zdrowego Żywienia zastąpił **Talerz Zdrowego Żywienia**.



DOBRA PRAKTYKA

Czas na ...

Temat edukacji żywieniowej konsumentów podejmujemy w naszym magazynie „Czas na ...”, który obok przepisów porusza tematykę zdrowego stylu życia. W każdym numerze można znaleźć między innymi wegetariańskie przepisy oraz artykuły eksperckie pisane przez dietetyków w przystępny sposób.

W 2020 roku wydaliśmy 6 numerów magazynu „Czas na ...”, które były dostępne we wszystkich sklepach.



DOBRA PRAKTYKA

Kampania „Nasz pstrąg”

Na początku 2020 roku, we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Producentów Ryb łososiowatych, przeprowadziliśmy kampanię promocyjną „Nasz pstrąg”, podkreślającą walory smakowe i odżywcze pstrąga oraz korzystne oddziaływanie hodowli ryb łososiowatych na polskie środowisko naturalne i gospodarkę. W ramach kampanii wyemitowaliśmy spot w głównych stacjach telewizyjnych i radiowych.





DOBRA PRAKTYKA

Celuj w zdrowie

Wierzmy, że na naukę zasad zdrowego żywienia nigdy nie jest za wcześnie. W 2020 roku kontynuowaliśmy pierwszą edycję programu „**Celuj w zdrowie**”, podczas którego z Fundacją Legii zaprosiliśmy do naszych sklepów 260 uczniów w wieku 9–10 lat z czterech warszawskich szkół. Program skupia się na profilaktyce nadwagi i otyłości wśród dzieci poprzez promowanie aktywności fizycznej oraz odpowiedniego odżywiania. Dla uczestników przygotowaliśmy specjalne lekcje, obejmujące praktyczną naukę prawidłowego czytania etykiet, analizy składu produktów oraz sprawdzania zawartości tłuszczu czy cukrów w danym artykule. Nasi goście mogli też naocznie sprawdzić, jaka jest prawidłowa codzienna porcja warzyw i owoców.

W 2020 roku odbyło się 76 zajęć (ze 142 w ramach całego programu), w tym 8 podsumowujących odbyło się online w związku z zamknięciem szkół. Partnerem merytorycznym programu jest Fundacja Instytutu Matki i Dziecka.

