

Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego

- Formularz należy wypełnić w języku polskim;
- Sprawozdawca wypełnia tylko przeznaczone dla niego białe pola;
- W trakcie wypełniania formularza istnieje możliwość dodawania wierszy oraz zawijania tekstów w polach;
- We wszystkich polach, w których nie będą wpisane odpowiednie informacje, należy wstawić pojedynczy znak myślnika (---).

Data zamieszczenia sprawozdania 2017-07-04

I. Dane organizacji pożytku publicznego

1. Nazwa organizacji	ALIVIA - FUNDACJA ONKOLOGICZNA OSÓB MŁODYCH		
2. Adres siedziby i dane kontaktowe	Kraj POLSKA	Województwo MAZOWIECKIE	Powiat M.ST. WARSZAWA
Gmina M.ST. WARSZAWA	Ulica ZARUBY	Nr domu 9	Nr lokalu 131
Miejscowość WARSZAWA	Kod pocztowy 02-796	Poczta WARSZAWA	Nr telefonu 22 266 03 40
Nr faksu	E-mail info@alivia.org.pl	Strona www www.alivia.org.pl	
3. Data rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym			
4. Data uzyskania statusu organizacji pożytku publicznego	2012-08-17		
5. Numer REGON	14243549800000	6. Numer KRS	0000358654
7. Skład organu zarządzającego organizacji <i>(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu zarządzającego)</i>	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Bartosz Poliński	Prezes Zarządu	TAK
	Agata Polińska	Wiceprezes Zarządu	TAK
8. Skład organu kontroli lub nadzoru organizacji <i>(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu kontroli lub nadzoru)</i>	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Janusz Jaśkiewicz	Przewodniczący Rady	TAK
	Teresa Lipowska	Członek Rady	TAK
	Paulina Chrabałowska	Członek Rady	TAK
	Katarzyna Zawisza	Członek Rady	TAK
	Mateusz Trojanowski	Członek Rady	TAK

<p>9. Cele statutowe organizacji</p> <p><i>(Należy opisać cele na podstawie statutu organizacji)</i></p>	<p>Fundacja została powołana w celu:</p> <p>a) ochrony i promocji zdrowia w zakresie onkologii, b) wspomagania działalności diagnostycznej, leczniczej oraz rehabilitacyjnej w obszarze onkologii, c) pomocy społecznej, w tym pomocy osobom niepełnosprawnym, których niepełnosprawność wynika z chorób onkologicznych lub skutków ubocznych ich leczenia, d) działania na rzecz poprawy dostępności oraz standardów leczenia chorób nowotworowych, e) wspierania nauki i edukacji w zakresie onkologii, f) działalności charytatywnej na rzecz chorych onkologicznie oraz ich rodzin, g) reprezentowania interesów pacjentów onkologicznych, h) promocji oraz organizacji wolontariatu.</p>
<p>10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji</p> <p><i>(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)</i></p>	<p>Fundacja realizuje swoje cele poprzez:</p> <p>a) wydawanie i rozpowszechnianie materiałów związanych ze zwalczaniem chorób nowotworowych, b) realizację programów profilaktyki nowotworów i oświaty zdrowotnej, c) szerzenie wiedzy dotyczącej nowoczesnych metod leczenia i diagnostyki chorób nowotworowych oraz działanie na rzecz zwiększenia ich dostępności w Polsce, d) organizację spotkań, szkoleń, kursów, sympozjów oraz konferencji, e) prezentowanie problematyki chorób nowotworowych oraz pacjentów w środkach masowego przekazu, f) reprezentowanie interesów osób chorych na nowotwory wobec organów ustawodawczych, administracji państwowej oraz ośrodków medycznych, g) organizację i udzielanie prawnej, rzeczowej, organizacyjnej oraz finansowej pomocy osobom chorym na nowotwory, h) współpracę z krajowymi, zagranicznymi oraz międzynarodowymi stowarzyszeniami i instytucjami prowadzącymi działalność o profilu zbliżonym do działalności Fundacji, i) wspieranie rehabilitacji i integracji społecznej osób dotkniętych chorobą nowotworową, j) wspieranie oraz organizacją inicjatyw mających na celu podnoszenie poziomu wiedzy medycznej, sposobów leczenia, diagnostyki i rehabilitacji w zakresie onkologii, k) prowadzenie witryny internetowej Fundacji służącej informowaniu o działaniach Fundacji oraz umożliwiającej wymianę informacji pomiędzy zainteresowanymi osobami, l) gromadzenie środków pieniężnych na realizację celów Fundacji.</p>

II. Charakterystyka działalności organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Opis działalności pożytku publicznego

<p>1.1. Opis głównych działań podjętych przez organizację</p>	<p>Fundacja realizuje swoje cele poprzez:</p> <p>1) wydawanie i rozpowszechnianie materiałów związanych ze zwalczaniem chorób nowotworowych</p> <p>a) W ramach własnego portalu internetowego Fundacja Alivia prowadzi Bazę wiedzy o raku i dział Nowości onkologiczne. Zamieszczane są tam publikacje podnoszące poziom wiedzy społeczeństwa o nowoczesnych metodach diagnostycznych i terapeutycznych w onkologii. Publikowane artykuły traktują o nowościach z dziedziny onkologii, profilaktyki, podstawowych informacjach o chorobach nowotworowych, poradach dla pacjentów oraz wywiadach z lekarzami. W 2016 roku w bazie opublikowano 14 nowych artykułów poświęconych różnorodnej tematyce związanej z chorobami nowotworowymi.</p> <p>b) Fundacja prowadzi również profil na portalu społecznościowym Facebook, gdzie podaje linki do ciekawych tekstów dotyczących profilaktyki i leczenia chorób nowotworowych. Profil fundacji śledzi już 12 000 czytelników.</p> <p>2) szerzenie wiedzy dotyczącej nowoczesnych metod leczenia i diagnostyki chorób nowotworowych</p>
---	---

oraz działanie na rzecz zwiększenia ich dostępności w Polsce poprzez:

a) realizację projektu „Kolejkoskop - kontrola dostępności badań obrazowych w publicznej opiece zdrowotnej”. Projekt Kolejkoskop.pl jest odpowiedzią na występujący w Polsce problem ograniczonego dostępu (kolejki) do wysokokosztowych badań obrazowych (rezonans magnetyczny, tomografia komputerowa, PET-CT) w ramach publicznej opieki zdrowotnej.

Projekt Kolejkoskop ma na celu:

- dostarczenie pacjentom praktycznego narzędzia umożliwiającego wyszukanie ośrodka diagnostycznego, w którym aktualnie kolejka jest najkrótsza,
- aktywizowanie społeczeństwa w obszarze monitorowania długości kolejek do badań obrazowych w ramach publicznej opieki zdrowotnej. W ramach realizacji projektu prowadzone były działania promocyjne oraz rzecznicze, których celem było zwiększenie dostępu do wysokokosztowej diagnostyki obrazowej dla pacjentów onkologicznych w Polsce. Dzięki portalowi Kolejkoskop 265 464 osób w ostatnim roku znalazło ośrodek z najkrótszą kolejką do badań obrazowych.

b) realizację projektu Prosto w Raka – portalu o medycynie personalizowanej i badaniach molekularnych. Celem projektu jest edukacja pacjentów i osób im bliskich w zakresie terapii celowanych i badań wskazujących mutacje, których określenie ma znaczenie w doborze leczenia. W ramach projektu powstał ogólnodostępny portal Prostowraka.pl oraz poradnik w wersji papierowej, który został rozdystrybuowany do ośrodków onkologicznych w całej Polsce. W ramach projektu została również przeprowadzona kampania społeczna mająca na celu zwrócenie uwagi na problem finansowania badań genetycznych w Polsce i utrudniony do nich dostęp dla pacjentów.

c) kontynuację działań rzeczniczych w związku z raportem „Dostępność innowacyjnych leków onkologicznych w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej oraz Szwajcarii” oraz rozpoczęcie prac nad aktualizacją raportu, pt. „Dostęp pacjentów onkologicznych do terapii lekowych w Polsce na tle aktualnej wiedzy medycznej”.

3) organizację spotkań, szkoleń, kursów, sympozyjów oraz konferencji:

a) Fundacja zorganizowała konferencję poświęconą kampanii i portalowi „Prosto w raka” oraz wręczeniu nagród portalu Onkomapa.pl. Przyznano dwie nagrody: dla Ośrodka i Lekarza Przyjaznego Pacjentom Onkologicznym.

b) Fundacja Alivia była partnerem fundacji MY Pacjenci w przygotowaniu i przeprowadzeniu „Społecznego audytu narodowych programów profilaktyki nowotworowej”. Audyt był realizowany w okresie maj 2015 – kwiecień 2016 roku przez Fundację MY Pacjenci, we współpracy z ekspertami, Fundacją Alivia, Icelandic Cancer Society i Polskim Towarzystwem Programów Zdrowotnych. Wnioski z audytu zostały zaprezentowane 20 kwietnia 2016 r. na konferencji prasowej z udziałem przedstawicieli NFZ i MZ. Audyt pozwolił na opracowanie 20 rekomendacji zmian w NPZCHN na lata 2016 – 2024.

c) Przedstawiciele fundacji brali udział jako eksperci w konferencji prasowej zorganizowanej z okazji rozpoczęcia kampanii „Rada na rakla prostaty”, której celem była edukacja pacjentów z rakiem prostaty i ich bliskich. Organizatorem kampanii było Stowarzyszenie „Gladiator”, a Fundacja Alivia była jednym z partnerów.

d) fundacja Alivia była partnerem wydarzenia Fundacji Watch Health Care - bezpłatnego Seminarium “Terapie przełomowe w onkologii i hematoonkologii – dostępność do leczenia w Polsce na tle Europy”.

e) Firma Husqvarna zorganizowała kampanię „Podziel się Mocą”. Kampania została zainaugurowana na konferencji prasowej z udziałem przedstawicieli fundacji Alivia i branżowych dziennikarzy. Celem kampanii było włączenie się w walkę z rakiem piersi oraz wsparcie podopiecznych Fundacji Onkologicznej Alivia. W ramach kampanii przygotowane zostały symboliczne różowe pilarki-zabawki oraz specjalna różowa wersja pilarki H450. Środki z ich sprzedaży zasilają konto fundacji Alivia.

4) prezentowanie problematyki chorób nowotworowych oraz pacjentów w ośrodkach masowego przekazu:

a) Przedstawiciele fundacji wielokrotnie poruszali w ogólnopolskich i lokalnych mediach kwestie związane z tematyką chorób onkologicznych, jakością i efektywnością polskiego systemu opieki onkologicznej oraz naświetlali problemy pacjentów.

b) Kampania społeczna "Chwile życia" z 2015 roku otrzymała wyróżnienie w konkursie Kampania Społeczna Roku 2015, który odbył się na początku 2016 roku. Konkurs jest inicjatywą Fundacji Komunikacji Społecznej a jego celem jest promowanie dobrych praktyk w marketingu społecznym.

c) W 2016 Fundacja prowadziła następujące działania mass-mediowe:

i. Fundacja, dzięki wsparciu wielu firm, przeprowadziła ogólnopolską kampanię społeczną pod hasłem „Wojna z rakiem”. Kampania „Wojna z rakiem” ma na celu przełamanie stereotypu chorego na raka poprzez zwrócenie uwagi na bohaterstwo, odwagę i niezłomność pacjentów, którzy zmagają się z chorobą nowotworową i, mimo obciążającego leczenia, nie poddają się – walczą o zdrowie i życie. W tej walce często potrzebują pomocy i solidarności osób zdrowych. Spot obrazujący problemy finansowe pacjentów onkologicznych i zachęcający do solidarności i wsparcia finansowego chorych na raka był emitowany na kanałach platformy TVN i kanałach tematycznych Discovery oraz w Telewizji Publicznej. Był także emitowany w 120 kinach studyjnych w całej Polsce. Dodatkowo, kampania pojawiła się na bilbordach i cyfrowych ekranach w głównych miastach Polski. Kampania była również publikowana w prasie codziennej i opiniotwórczych periodykach. Spot był emitowany w wielu rozgłośniach radiowych – zarówno ogólnopolskich jak i lokalnych. Przedstawiciele fundacji opowiadali o kampanii na antenie telewizji, ogólnopolskich stacji radiowych i w wywiadach prasowych. Kampania była również obecna w mediach internetowych i społecznościowych, gdzie odniosła ogromny sukces – ponad milion osób zobaczyło spot kampanii w internecie.

Budżet kampanii wyniósł 10% pozyskanej wartości mediowej.

Kampania „Wojna z rakiem” zdobyła pierwsze miejsce w konkursie MIXX Awards 2016, w kategorii Public Service and Non-profit campaign. MIXX Awards to konkurs na najlepsze polskie kampanie reklamowe z wykorzystaniem digitalu organizowany już od 10 lat przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Kampania otrzymała również dwa srebra w konkursie Innovation AD #Award 2016. Platformę Innovation AD tworzą firmy zrzeszone w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR. Najważniejsze przedsiębiorstwa zajmujące się szeroko pojętym marketingiem, podejmują inicjatywę rozwoju myślenia innowacyjnego i promocji innowacji. Kampania „Wojna z rakiem” zdobyła 2. miejsce w dwóch kategoriach: Interaction (sposoby interakcji z konsumentem) oraz Touchpoint (punkty styku konsumenta z produktem, marką, ideą lub informacją).

ii. W 2016 roku fundacja kontynuowała kampanię społeczną pod hasłem „ONKOMAPA – razem tworzymy przewodnik po przyjaznych ośrodkach onkologicznych w Polsce”, skierowaną do pacjentów i osób towarzyszących. Celem kampanii była aktywizacja tych grup docelowych do oceny satysfakcji z usług wielu podmiotów medycznych działających w obszarze onkologii w Polsce i wspólnego tworzenia zawsze aktualnego przewodnika po ośrodkach onkologicznych. Kampania była realizowana w prasie i Internecie. Dzięki działaniom promocyjnym w 2016 roku portal odwiedziło 206 559 zainteresowanych tematem osób.

iii. W 2016 roku przedstawiciele fundacji brali aktywny udział w kampanii „Rada na Raka prostaty” i prowadzili warsztaty dla pacjentów oraz ich bliskich w kilku głównych miastach w Polsce - Warszawie, Łodzi, Kielcach i Krakowie,

iv. Fundacja Alivia dołączyła do kampanii „Życie mamy we krwi”, organizowanej przez Fundację Razem w Chorobie, wspólnie z Konsylium Pacjentów z Nowotworami Krwi, Stowarzyszeniem PBS, reprezentując głos pacjentów hematologicznych, pragnie zwrócić uwagę na sytuację chorych na nowotwory hematologiczne mającego na celu zwrócenie uwagi na problemy pacjentów z nowotworami krwi.

v. Przedstawiciele Alivii byli obecni na Dniu Różowej Wstążki i w ramach działań prewencyjnych zachęcali kobiety do profilaktyki pierwotnej i wtórnej

vi. Fundacja została partnerem kampanii edukacyjnej „BreastFit. Kobięcy biust. Męska sprawa” dotyczącej profilaktyki raka piersi, organizowanej przez Fundację „OnkoCafe. Razem Lepiej. Tym razem jej przekaz skierowany był do mężczyzn, zaś koncepcja została oparta na popularnej dyscyplinie sportu zwanej CrossFit'em.

vii. Fundacja została partnerem kampanii edukacyjnej „Wykorzystaj czas na życie”, czyli o życiu z zaawansowanym rakiem piersi. Choć o raku piersi mówi się bardzo dużo, to przeważnie w kontekście badań skринningowych i profilaktyki. Nieco inaczej jest w przypadku zaawansowanego raka piersi, który

wciąż jest tematem tabu. Jest on chorobą nieuleczalną, dlatego niechętnie poruszaną zarówno przez media, jak i społeczeństwo. Tymczasem postęp medycyny sprawia, że pojawiają się wciąż nowe możliwości leczenia tego typu nowotworu, który już dziś możemy traktować jako chorobę przewlekłą. Kampania otrzymała honorowy patronat Małżonki Prezydenta RP – Agaty Kornhauser-Dudy.

viii. Przedstawiciele Alivii brali udział jako paneliści w VI edycji Letniej Akademii Onkologicznej. LAO to cykliczna impreza, która jest miejscem spotkań ekspertów z dziennikarzami i pacjentami.

ix. Przedstawiciele Alivii uczestniczyli w konferencji prezentującej wyniki raportu Fundacji My Pacjenci dotyczącego rejestrów nowotworów jako narzędzia profilaktyki onkologicznej.

x. Fundacja udzieliła merytorycznego wsparcia wydawnictwu Media Planet przy tworzeniu treści redakcyjnych dodatku "Wygrać z rakiem", który ukazał się z dziennikiem "Gazeta Wyborcza".

xi. Fundacja udzieliła merytorycznego wsparcia wydawnictwu Warsaw Press przy tworzeniu treści redakcyjnych dodatku "Przełomowe terapie – klucz do rozwoju medycyny", który ukazał się z dziennikiem "Gazeta Wyborcza".

5) reprezentowanie interesów osób chorych na nowotwory wobec organów ustawodawczych, administracji państwowej oraz ośrodków medycznych:

Fundacja Onkologiczna Alivia podejmowała w 2016 roku szereg działań rzeczniczych, skierowanych do instytucji administracji centralnej, środowiska parlamentarnego oraz innych interesariuszy uczestniczących w wypracowaniu rozwiązań istotnych dla systemu opieki onkologicznej, finansowanego ze środków publicznych. Celem wszystkich podejmowanych aktywności było inicjowanie lub uczestniczenie w pracach koncepcyjnych oraz legislacyjnych Ministerstwa Zdrowia oraz innych instytucji kreujących politykę zdrowotną w Polsce. Ponadto, przedstawiciele Fundacji brali udział w inicjatywach podejmowanych przez wiele organizacji pozarządowych działających na rzecz pacjentów z chorobami nowotworowymi. Poniżej znajduje się lista najistotniejszych projektów realizowanych w 2016 r. (informacje dotyczące niżej wymienionych aktywności były publikowane na stronie internetowej www.alivia.org.pl):

a) konsultacja aktów prawnych, dotyczących modyfikacji publicznego systemu opieki nad pacjentami onkologicznymi:

- i. projektów założeń do ustaw,
- ii. projektów ustaw,
- iii. projektów rozporządzeń Ministra Zdrowia,
- iv. zarządzeń Prezesa Narodowego Funduszu Zdrowia.

b) inicjowanie oraz uczestnictwo w posiedzeniach:

- i. sejmowej Komisji Zdrowia,
- ii. zdrowotnych Zespołów Parlamentarnych (Parlamentarny Zespół ds. Onkologii; Parlamentarny Zespół ds. Organizacji Ochrony Zdrowia, Parlamentarny Zespół ds. Praw Pacjentów);

c) aktywne uczestnictwo w konferencjach naukowych, wydarzeniach branżowych, sympozjach oraz debatach:

- i. Przedstawiciele fundacji brali udział jako paneliści w I Kongresie Zdrowia Pracodawców RP – Zdrowy Obywatel, Zdrowa Polska. Celem Kongresu była analiza obowiązującego w Polsce systemu rozwiązań zdrowotnych z perspektywy zarówno środowiska medycznego, pracodawców, a przede wszystkim pacjenta, aby wypracować jak najlepsze rekomendacje dla decydentów.
- ii. Przedstawiciele fundacji uczestniczyli w V Forum Pacjentów Onkologicznych. Debata, dotycząca sytuacji pacjentów onkologicznych w systemie ochrony zdrowia, zainicjowała Polska Koalicja Pacjentów Onkologicznych (PKPO).

d) uczestnictwo w inicjatywach na rzecz:

- i. opracowania postulatów pacjentów onkologicznych do systemu refundacyjnego i programów profilaktycznych dla kobiet;
- ii. promowania jakości w opiece onkologicznej;
- iii. powołania platformy debaty w ramach sejmowej Komisji Zdrowia poświęconej dyskusji nad stanem systemu opieki onkologicznej;
- iv. powołania ośrodków kompleksowej opieki nad pacjentkami z rakiem piersi oraz pacjentkami z rakiem jajnika.

Podejmowane działania rzecznicze obejmowały starania na rzecz modyfikacji organizacji opieki onkologicznej, zwiększenia przejrzystości podejmowania decyzji dotyczących refundacji leków ze

środków publicznych, zwiększenia dostępności terapii, wdrożenia rejestrów medycznych oraz monitorowania jakości i satysfakcji pacjentów w onkologii oraz akredytacji ośrodków ochrony zdrowia. Zarząd Fundacji podjął decyzję o kontynuacji podjętych inicjatyw w 2017 roku, jak również upublicznianiu przebiegu i efektu tych prac.

6) organizację i udzielanie prawnej, rzeczowej, organizacyjnej oraz finansowej pomocy osobom chorym na nowotwory:

a) Fundacja stale prowadzi Program pomocy finansowej dla chorych na nowotwory złośliwe - „Skarbonka”. W 2016 roku, m.in. dzięki środkom pozyskanym z 1% podatku, fundacja przekazała Podopiecznym Programu Skarbonka 3 045 478 zł na ratowanie ich zdrowia i życia. To ponad 3 razy więcej niż w 2015 roku. W trakcie 2016 roku Fundacja objęła świadczeniem pomocy społecznej 176 nowych podopiecznych (na podstawie umowy o realizacji świadczeń pomocy społecznej). i na koniec roku prowadzono zbiórkę pieniędzy dla 325 osób.

b) Fundacja stale prowadzi projekt konsultacyjno-interwencyjny “Czerwona skrzynka” poświęcony pacjentom i rozwiązywaniu ich problemów. W ramach programu fundacja udziela porad i pomaga interweniować, jeśli to konieczne, w przypadkach różnych problemów, na które natrafiają chorzy na nowotwory złośliwe. W 2016 roku fundacja odpowiedziała na 2 750 maili i 1 233 zapytania telefoniczne.

c) Fundacja stale realizuje projekt ONKOMAPA – przewodnik po przyjaznych ośrodkach onkologicznych ONKOMAPA.PL to portal zbierający i publikujący wyniki badań satysfakcji pacjentów i ich bliskich z jakości świadczonych usług w obszarze onkologii.

Dzięki projektowi ONKOMAPA pacjenci onkologiczni oraz osoby im towarzyszące mają możliwość:

- i. wyrażania swojego zdania/opinii n/t tego w jaki sposób postrzegają poszczególne elementy systemu ochrony zdrowia w zakresie onkologii,
- ii. zapoznania się ze zagregowanymi jak i szczegółowymi opiniami/ocenami przekazanymi przez innych pacjentów.

W 2016 roku portal Onkomapa wskazał 206 559 osobom najbardziej przyjaznego lekarza i ośrodek w ich okolicy.

d) Program pomocy osobom z guzami mózgu – dzięki wsparciu firmy MagForce fundacja prowadzi program wsparcia informacyjno-logistycznego dla osób ze złośliwymi guzami mózgu.

e) Fundacja prowadzi również Fundusz Pomocy Nadzwyczajnej, w ramach którego przyznaje wsparcie pacjentom w wyjątkowo trudnej sytuacji materialnej. W 2016 z pomocy FPN skorzystało 25 pacjentów onkologicznych, którym zostało przekazane wsparcie na łączną kwotę 17 400 zł.

7) Współpraca z krajowymi, zagranicznymi oraz międzynarodowymi stowarzyszeniami i instytucjami prowadzącymi działalność o profilu zbliżonym do działalności Fundacji:

a) Fundacja Alivia była partnerem fundacji MY Pacjenci w przygotowaniu i przeprowadzeniu „Społecznego audytu narodowych programów profilaktyki nowotworowej”. Audyt był realizowany w okresie maj 2015 – kwiecień 2016 roku przez Fundację MY Pacjenci, we współpracy z ekspertami, Fundacją Alivia, Icelandic Cancer Society i Polskim Towarzystwem Programów Zdrowotnych. Wnioski z audytu zostały zaprezentowane 20 kwietnia 2016 r. na konferencji. Audyt pozwolił na opracowanie 20 rekomendacji zmian w NPZCHN na lata 2016 – 2024.

W 2016 roku fundacja współpracowała z następującymi podmiotami:

- ☑ Polskie Towarzystwo Onkologiczne
- ☑ Polska Unia Onkologii
- ☑ Polska Koalicja Pacjentów Onkologicznych
- ☑ Federacja Amazonki
- ☑ Ruch Społeczny Amazonki Centrum
- ☑ Fundacja My Pacjenci
- ☑ Fundacja Lege Pharmacie
- ☑ Fundacja Rak’n’Roll
- ☑ Polski Komitet Zwalczenia Raka
- ☑ European Cancer Patient Coalition
- ☑ Fundacja Razem w Chorobie
- ☑ Fundacja OncoCafe

- Fundacja Pokonaj Raka
- Stowarzyszenie Chorych na Czerniaka
- Fundacja Nadzieja
- Fundacja Bądź Małgorzaty Braunek

8) wspieranie oraz organizacją inicjatyw mających na celu podnoszenie poziomu wiedzy medycznej, sposobów leczenia, diagnostyki i rehabilitacji w zakresie onkologii:

- a) projekt Prosto w raka – opisany powyżej
 - b) projekt ONKOMAPA – opisany powyżej
 - c) projekt Kolejkoskop – opisany powyżej
 - d) działania rzecznicze – opisane powyżej
 - e) Fundacja Alivia w partnerstwie z firmą Nutricia prowadziła kampanię „Żywność medyczna – Twoje posiłki w walce z chorobą”. Celem kampanii było podniesienie świadomości na temat roli żywienia w chorobie, zwłaszcza onkologicznej oraz edukowanie o specjalistycznym żywieniu medycznym jako integralnej części leczenia.
- 9) prowadzenie witryny internetowej Fundacji służącej informowaniu o działaniach Fundacji oraz umożliwiającej wymianę informacji pomiędzy zainteresowanymi osobami
- a) Fundacja prowadzi portal internetowy dla osób zainteresowanych tematyką onkologiczną www.alivia.org.pl. Stronę fundacji – www.alivia.org.pl odwiedziło w 2016 roku aż 1 289 603 osób, czyli o 329% więcej niż w 2015 roku.
- 10) gromadzenie środków pieniężnych na realizację celów Fundacji:
- a) fundacja prowadzi projekt pozyskiwania stałych Darczyńców fundacji,
 - b) jako jedna z wielu organizacji przystąpiliśmy do kampanii „Dobry Testament” promującej pisanie testamentów i wspieranie w nich organizacji pozarządowych
 - c) na rzecz fundacji została zorganizowana Charytatywna Wyprawa Arktyczna Toruń-Svalbard na żaglowcu, której sponsorzy przekazali darowizny na rzecz celów statutowych fundacji.
 - d) Na rzecz fundacji, w ramach kampanii „Podziel się mocą” organizowanej przez firmę Husqvarna, przygotowane zostały symboliczne różowe pilarki-zabawki oraz specjalna różowa wersja pilarki H450. Środki z ich sprzedaży zostały przekazane w formie darowizny na cele statutowe fundacji Alivia.

<p>1.2. Zasięg terytorialny prowadzonej przez organizację działalności pożytku publicznego</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)</i></p>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)</td> <td><input type="checkbox"/> województwo</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> gmina</td> <td><input type="checkbox"/> kilka województw</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> kilka gmin</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> cały kraj</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> powiat</td> <td><input type="checkbox"/> poza granicami kraju</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> kilka powiatów</td> <td></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	<input type="checkbox"/> województwo	<input type="checkbox"/> gmina	<input type="checkbox"/> kilka województw	<input type="checkbox"/> kilka gmin	<input checked="" type="checkbox"/> cały kraj	<input type="checkbox"/> powiat	<input type="checkbox"/> poza granicami kraju	<input type="checkbox"/> kilka powiatów	
<input type="checkbox"/> najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	<input type="checkbox"/> województwo										
<input type="checkbox"/> gmina	<input type="checkbox"/> kilka województw										
<input type="checkbox"/> kilka gmin	<input checked="" type="checkbox"/> cały kraj										
<input type="checkbox"/> powiat	<input type="checkbox"/> poza granicami kraju										
<input type="checkbox"/> kilka powiatów											
2. Informacja dotycząca liczby odbiorców działań organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym											
<p>2.1. Liczba odbiorców działań organizacji</p> <p><i>(Należy oszacować liczbę odbiorców działań organizacji w okresie sprawozdawczym, w podziale na osoby fizyczne i osoby prawne)</i></p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">Osoby fizyczne</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">2000000</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>Osoby prawne</td> <td style="text-align: center;">160</td> <td></td> </tr> </table>	Osoby fizyczne	2000000		Osoby prawne	160					
Osoby fizyczne	2000000										
Osoby prawne	160										
<p>2.2. Informacje na temat innych (niż wymienionych w pkt 2.1) odbiorców, na rzecz których organizacja działała</p> <p><i>(Np. zwierzęta, zabytki)</i></p>											
3. Informacja dotycząca działalności nieodpłatnej pożytku publicznego organizacji w okresie sprawozdawczym											

3.1. Organizacja prowadziła działalność nieodpłatną pożytku publicznego			<input checked="" type="radio"/> Tak <input type="radio"/> Nie
3.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności nieodpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer/y działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536, z późn. zm.), a także kodu/ów PKD 2007 odpowiadającego/yh tej działalności. Jeśli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności nieodpłatnej, należy podać informację na temat trzech głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), zaczynając od głównego przedmiotu działalności	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)
		<p>pomoc społeczna, w tym pomoc rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywanie szans tych rodzin i osób</p>	<p>Pozostała pomoc społeczna bez zakwaterowania: Fundacja objęta świadczeniem pomocy społecznej podopiecznych (na podstawie umowy o realizacji świadczeń pomocy społecznej). Do tej pory program Skarbonka umożliwił pomoc ponad 325 podopiecznym, z czego 176 dołączyło do programu w 2016 roku. łączna kwota przekazana na refinansowanie wydatków związanych z leczeniem i poprawą jakości życia chorych w 2016 roku przekazana podopiecznym w ramach programu Skarbonka to 3 172 366,12 PLN. Środki zostały przekazane na refundację wydatków związanych z leczeniem: leki, konsultacje, diagnostykę, dojazdy do ośrodka leczenia, zakwaterowanie w pobliżu ośrodka leczenia, artykuły rehabilitacyjne, artykuły medyczne.</p>
	ochrona i promocja zdrowia	<p>Działalność portali internetowych: a) fundacja prowadzi portal internetowy dla osób zainteresowanych tematyką onkologiczną www.alivia.org.pl i stale go aktualizuje. Publikowane są tam artykuły o nowościach z dziedziny onkologii, profilaktyki, podstawowe informacje o chorobach nowotworowych, porady dla pacjentów oraz wywiady z lekarzami. W dziale</p>	63.12.Z

	<p>„Artykuły i wywiady” poświęconemu różnorodnej tematyce związanej z chorobami nowotworowymi fundacja w 2016 opublikowała ciekawe artykuły dotyczące ważnych kwestii takich jak profilaktyka, dieta w chorobie, zapobieganie skutkom ubocznym leczenia, polecane lektury oraz poradniki, a także kampanie dotyczące problemów chorych na raka. b) fundacja prowadzi portal Kolejkoskop. Portal ma na celu: - dostarczenie pacjentom praktycznego narzędzia umożliwiającego wyszukanie ośrodka diagnostycznego, w którym aktualnie kolejka jest najkrótsza, - aktywizowanie społeczeństwa w obszarze monitorowania długości kolejek do badań obrazowych w ramach publicznej opieki zdrowotnej. c) fundacja prowadzi portal ONKOMAPA - przewodnik po przyjaznych ośrodkach onkologicznych. ONKOMAPA.PL to portal zbierający i publikujący wyniki badań satysfakcji pacjentów i ich bliskich z jakości świadczonych usług w obszarze onkologii. d) fundacja prowadzi portal Prostowraka.pl poświęcony edukacji społeczeństwa, jak i chorych na temat medycyny personalizowanej.</p>	
ochrona i promocja zdrowia	Pozostała działalność usługowa w zakresie informacji: i. Fundacja, dzięki wsparciu wielu firm, przeprowadziła ogólnopolską kampanię społeczną pod hasłem	63.91.Z

„Wojna z rakiem”. W tej walce często potrzebują pomocy i solidarności osób zdrowych. Spot obrazujący problemy finansowe pacjentów onkologicznych i zachęcający do solidarności i wsparcia finansowego chorych na raka był emitowany na kanałach platformy TVN i kanałach tematycznych Discovery oraz w Telewizji Publicznej. Był także emitowany w 120 kinach studyjnych w całej Polsce. Dodatkowo, kampania pojawiła się na billboardach i cyfrowych ekranach w głównych miastach Polski. Kampania była również publikowana w prasie codziennej i opiniotwórczych periodykach. Spot był emitowany w wielu rozgłośniach radiowych – zarówno ogólnopolskich jak i lokalnych. Przedstawiciele fundacji opowiadali o kampanii na antenie telewizji, ogólnopolskich stacji radiowych i w wywiadach prasowych. Kampania była również obecna w mediach internetowych i społecznościowych, gdzie odniosła ogromny sukces – ponad milion osób zobaczyło spot kampanii w inetrncie. Budżet kampanii wyniósł 10% pozyskanej wartości mediowej. Kampania “Wojna z rakiem” zdobyła pierwsze miejsce w konkursie MIXX Awards 2016, w kategorii Public Service and Non-profit campaign. Kampania otrzymała również dwa srebra w konkursie

4. Informacja dotycząca działalności odpłatnej pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

4.1. Organizacja prowadziła działalność odpłatną pożytku publicznego

- Tak
 Nie

4.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności odpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer/ty działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, a także kodu/ów [PKD 2007](#) odpowiadającego/ych tej działalności. Jeśli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności odpłatnej, należy podać informację na temat trzech głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), **zaczynając od głównego przedmiotu działalności**

Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)
ochrona i promocja zdrowia	doradztwo i bezpośrednia pomoc dla podmiotów gospodarczych i administracji państwowej w zakresie: planowania metod czy procedur dotyczących planowania, organizacji, efektywności i kontroli itp.: a) Fundacja Alivia była partnerem fundacji MY Pacjenci w przygotowaniu i przeprowadzeniu „Społecznego audytu narodowych programów profilaktyki nowotworowej”. Audyt był realizowany w okresie maj 2015 – kwiecień 2016 roku przez Fundację MY Pacjenci, we współpracy z ekspertami, Fundacją Alivia, Icelandic Cancer Society i Polskim Towarzystwem Programów Zdrowotnych. Wnioski z audytu zostały zaprezentowane 20 kwietnia 2016 r. na konferencji. Audyt pozwolił na opracowanie 20 rekomendacji zmian w NPZCHN na lata 2016 – 2024.	70.22.Z

5. Informacja dotycząca działalności gospodarczej organizacji w okresie sprawozdawczym

5.1. Organizacja prowadziła działalność gospodarczą		<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
5.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności gospodarczej organizacji wraz z opisem tej działalności w okresie sprawozdawczym, a także kodu/ów PKD 2007 odpowiadającego/ych tej działalności. Jeśli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności gospodarczej, należy podać informację na temat trzech głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), zaczynając od głównego przedmiotu działalności	Numer Kodu (PKD)	Przedmiot i opis działalności
III. Przychody i koszty organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym		
1. Informacja o przychodach organizacji		
1. łączna kwota przychodów organizacji ogółem (zgodnie z rachunkiem wyników/zysków i strat)	8,350,115.94 zł	
a) Przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego	8,281,859.42 zł	
b) Przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego	17,111.51 zł	
c) Przychody z działalności gospodarczej	0.00 zł	
d) Przychody finansowe	36,978.51 zł	
e) Pozostałe przychody	14,166.50 zł	
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji		
2.1. Przychody z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych	2,924,531.19 zł	
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:	0.00 zł	
a) ze środków europejskich w rozumieniu przepisów o finansach publicznych	0.00 zł	
b) ze środków budżetu państwa	0.00 zł	
c) ze środków budżetu jednostek samorządu terytorialnego	0.00 zł	
d) ze środków państwowych funduszy celowych	0.00 zł	
2.3. Ze źródeł prywatnych ogółem:	4,719,199.11 zł	
a) ze składek członkowskich	0.00 zł	
b) z darowizn od osób fizycznych	3,266,305.23 zł	
c) z darowizn od osób prawnych	1,452,893.88 zł	
d) z ofiarności publicznej (zbiórek publicznych, kwest)	0.00 zł	

e) ze spadków, zapisów		0.00 zł
f) z wpływów z majątku (w szczególności sprzedaży lub wynajmu składników majątkowych)		0.00 zł
2.4. Z innych źródeł		706,385.64 zł
3. Informacje o sposobie wydatkowania środków pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych		
3.1. Stan środków pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na pierwszy dzień roku sprawozdawczego		1,537,614.79 zł
3.2. Wysokość kwoty pochodzącej z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych wydatkowanej w okresie sprawozdawczym ogółem		2,248,886.55 zł
3.3. Działania, na które wydatkowano środki pochodzące z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym (w szczególności określone w pkt II.1.1), oraz szacunkowe kwoty przeznaczone na te działania		
1	Realizacja finansowej pomocy społecznej podopiecznym Programu Skarbonka. Program Skarbonka to program wsparcia pacjentów onkologicznych, którzy znaleźli się w kryzysowej sytuacji. Alivia organizuje zbiórki środków i finansuje z nich zakup niezbędnych leków, oraz innych artykułów medycznych, których nie obejmuje świadczenie NFZ. Fundacja finansuje również transport do ośrodków leczenia.	2,248,886.55 zł
3.4. Cele szczegółowe, w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym od osób fizycznych, wskazane przez podatników podatku dochodowego od osób fizycznych, na które organizacja pożytku publicznego wydatkowała najwięcej środków pochodzących z 1% podatku dochodowego w okresie sprawozdawczym wraz z wydaną kwotą		
1	Realizacja finansowej pomocy społecznej podopiecznym Programu Skarbonka. Program Skarbonka to program wsparcia pacjentów onkologicznych, którzy znaleźli się w kryzysowej sytuacji. Alivia organizuje zbiórki środków i finansuje z nich zakup niezbędnych leków, oraz innych artykułów medycznych, których nie obejmuje świadczenie NFZ. Fundacja finansuje również transport do ośrodków leczenia.	2,248,886.55 zł
4. Informacje o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym		
	Koszty ogółem:	W tym: wysokość kosztów finansowana z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych
4.1. Koszty organizacji w okresie sprawozdawczym ogółem:	4,758,068.21 zł	2,248,886.55 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego	4,733,140.33 zł	2,248,886.55 zł
b) koszty z tytułu prowadzenia odpłatnej działalności pożytku publicznego	19,826.10 zł	0.00 zł
c) koszty z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej	0.00 zł	
d) koszty finansowe	168.20 zł	
e) koszty administracyjne	0.00 zł	
f) pozostałe koszty ogółem	4,933.58 zł	0.00 zł
4.2. Koszty kampanii informacyjnej lub reklamowej związanej z pozyskiwaniem 1% podatku dochodowego od osób fizycznych		344,671.68 zł
5. Wynik działalności odpłatnej i nieodpłatnej pożytku publicznego lub działalności gospodarczej organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym		
5.1. Wynik działalności nieodpłatnej pożytku publicznego		3,548,719.09 zł
5.2. Wynik działalności odpłatnej pożytku publicznego		-2,714.59 zł

5.3. Wynik działalności gospodarczej		0.00 zł
IV. Korzystanie z uprawnień w okresie sprawozdawczym		
1. Organizacja korzystała z następujących zwolnień <i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji wraz z kwotą przyznanego zwolnienia)</i>	<input checked="" type="checkbox"/> z podatku dochodowego od osób prawnych	724,208.00 zł
	<input type="checkbox"/> z podatku od nieruchomości	0.00 zł
	<input type="checkbox"/> z podatku od czynności cywilnoprawnych	0.00 zł
	<input type="checkbox"/> z podatku od towarów i usług	0.00 zł
	<input type="checkbox"/> z opłaty skarbowej	0.00 zł
	<input type="checkbox"/> z opłat sądowych	0.00 zł
	<input type="checkbox"/> z innych zwolnień, jakich: <input type="checkbox"/> nie korzystała	0.00 zł
2. Organizacja korzystała z prawa do nieodpłatnego informowania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej działalności nieodpłatnej pożytku publicznego, zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226, z późn. zm.)	<input checked="" type="radio"/> Tak <input type="radio"/> Nie	
3. Organizacja korzystała z uprawnienia do nabycia na szczególnych zasadach prawa własności lub prawa użytkowania wieczystego nieruchomości z zasobu Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego, lub zawarła na preferencyjnych warunkach z podmiotami publicznymi umowy użytkowania, najmu, dzierżawy lub użyczenia i przysługuje jej w odniesieniu do tych nieruchomości następujące prawo: <i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)</i>	<input type="checkbox"/> własność <input type="checkbox"/> użytkowanie wieczyste <input type="checkbox"/> najem <input type="checkbox"/> użytkowanie <input type="checkbox"/> użyczenie <input type="checkbox"/> dzierżawa <input checked="" type="checkbox"/> nie korzystała	
V. Personel organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym		
1. Pracownicy oraz osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej		
1.1. Liczba osób zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy <i>(W odpowiedzi należy uwzględnić wszystkie osoby zatrudnione w organizacji na podstawie stosunku pracy (etat lub część etatu) w okresie sprawozdawczym, nawet jeśli obecnie nie są już zatrudnione w organizacji)</i>	9.0 osób	
1.2. Przeciętna liczba zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy w przeliczeniu na pełne etaty <i>(Aby określić przeciętne zatrudnienie należy zsumować wszystkie osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy w poszczególnych miesiącach w okresie sprawozdawczym (wraz z ułamkami odpowiadającymi części etatu, np. 0,5 w przypadku osoby zatrudnionej na pół etatu), dodać do siebie sumy zatrudnionych z 12 miesięcy i podzielić przez 12. Wynik wpisać z dokładnością do 1 miejsca po przecinku)</i>	6.9 etatów	
1.3. Liczba osób w organizacji świadczących usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej	7.0 osób	
2. Członkowie		
2.1. Organizacja posiada członków	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie	

2.2. Liczba członków organizacji wg stanu na ostatni dzień roku sprawozdawczego		0.00 osób fizycznych
		0.00 osób prawnych
3. Wolontariat w okresie sprawozdawczym		
3.1. Organizacja korzystała ze świadczeń wykonywanych przez wolontariuszy <i>(Zgodnie z ustawą z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wolontariuszami są osoby fizyczne, które ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonują świadczenia na rzecz organizacji, niezależnie od tego, czy są to osoby niezwiązane z organizacją, członkowie, pracownicy, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej czy przedstawiciele władz organizacji)</i>		<input checked="" type="radio"/> Tak <input type="radio"/> Nie
3.2. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji <u>przez okres krótszy niż 30 dni</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym i czasu pracy)</i>		8.00 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	5.00 osób
	b) inne osoby	3.00 osób
3.3. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres <u>od 30 dni do 6 miesięcy</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)</i>		0.00 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0.00 osób
	b) inne osoby	0.00 osób
3.4. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres <u>dłuższy niż 6 miesięcy</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)</i>		0.00 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0.00 osób
	b) inne osoby	0.00 osób
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1. Łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		459,963.25 zł
a) z tytułu umów o pracę		441,001.05 zł
- wynagrodzenie zasadnicze		428,423.31 zł
- nagrody		0.00 zł
- premie		12,577.74 zł
- inne świadczenia		0.00 zł
b) z tytułu umów cywilnoprawnych		18,962.20 zł
2. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		428,423.31 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	500.00 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	427,923.31 zł

3. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą organizacji	0.00 zł
4. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu zarządzającego organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>Aby określić przeciętne miesięczne wynagrodzenie należy: 1. zsumować wszystkie kwoty wynagrodzeń wypłacone w ciągu roku sprawozdawczego (wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne); 2. podzielić zsumowaną kwotę przez 12 (miesiące)</i>	18,838.89 zł
5. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>(patrz komentarz do punktu 4)</i>	0.00 zł
6. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom innych, niż organu zarządzającego, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>(patrz komentarz do punktu 4)</i>	0.00 zł
7. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikom organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej <i>(patrz komentarz do punktu 4)</i>	18,738.31 zł
8. Wysokość najwyższego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	10,955.91 zł
9. Wysokość najwyższego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0.00 zł
10. Wysokość najwyższego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom innych, niż organu zarządzającego, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0.00 zł
11. Wysokość najwyższego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikom organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz wynagrodzenia wypłaconego osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej	7,797.35 zł
12. Dodatkowe uwagi dotyczące wynagrodzeń <i>(Można podzielić się z opinią publiczną dodatkowymi uwagami dotyczącymi poziomu lub konstrukcji wynagrodzeń w organizacji, wówczas należy wpisać te uwagi w przygotowane pole)</i>	
VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożytku publicznego pożyczkach pieniężnych w okresie sprawozdawczym	
1. Organizacja udzielała pożyczek pieniężnych	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
2. Wysokość udzielonych pożyczek pieniężnych	0.00 zł
3. Statutowa podstawa przyznania pożyczek pieniężnych	
VIII. Informacja o działalności zleconej organizacji pożytku publicznego przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym	
1. Organizacja realizowała zadania zlecone przez organy jednostek samorządu terytorialnego	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
2. Informacja na temat głównych realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację <i>(Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)</i>	

Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota
3. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zadania zlecone przez organy administracji rządowej lub państwowe fundusze celowe				<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
4. Informacja na temat realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację (Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)				
Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota
IX. Informacja dotycząca realizowanych przez organizację pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym zamówień publicznych				
<i>(Należy wpisać realizowane zamówienia publiczne w rozumieniu ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759, z późn. zm.) oraz te, do których nie stosuje się przepisów ww. ustawy, np. zamówienia, których wartość nie przekroczyła wyrażonej w złotych równowartości kwoty 14.000 euro)</i>				
1. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zamówienia publiczne				<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
2. Informacja na temat realizowanych zamówień i kwot otrzymanych na ich realizację				
Lp	Przedmiot zamówienia	Nazwa organu	Kwota	
X. Informacje uzupełniające				
1. Wykaz spółek, w których organizacja posiada co najmniej 20% udziałów lub akcji w kapitale zakładowym lub co najmniej 20% ogólnej liczby głosów w organie stanowiącym spółki				
Lp	Nazwa spółki	Siedziba spółki	% udziałów lub akcji w kapitale	% udziału w ogólnej liczbie głosów
2. Wykaz fundacji, których organizacja jest fundatorem				
3. Informacje o kontrolach przeprowadzonych w organizacji przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym				
Lp	Organ kontrolujący			Liczba kontroli
4. Organizacja przeprowadziła badanie sprawozdania finansowego na podstawie ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2009 r. Nr 152, poz. 1223, z późn. zm.) lub rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 grudnia 2004 r. w sprawie obowiązku badania sprawozdań finansowych organizacji pożytku publicznego (Dz. U. Nr 285, poz. 2852)				<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
5. Dodatkowe informacje <i>(Można wpisać w poniższe pole inne informacje, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)</i>				
Czytelny podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu organizacji		Agata Polińska/ 12.06.2017	Data wypełnienia sprawozdania	2017-06-19