Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego	**Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego**
	za rok 2025

- *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 2026-06-24

I. Dane organizacji pożytku publicznego

1. Nazwa organizacji	FUNDACJA FAIRTRADE POLSKA		
2. Adres siedziby i dane kontaktowe	Kraj POLSKA	Województwo MAŁOPOLSKIE	Powiat M. KRAKÓW
Gmina M. KRAKÓW	Ulica SŁAWKOWSKA	Nr domu 12	Nr lokalu
Miejscowość KRAKÓW	Kod pocztowy 31-014	Poczta KRAKÓW	Nr telefonu +48 603 363 721
Nr faksu +48 12 422 22 64	E-mail zarzad@fairtrade.org.pl	Strona www http://www.fairtrade.org.pl	
3. Data rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym	2013-09-16		
4. Data uzyskania statusu organizacji pożytku publicznego	2016-01-15		
5. Numer REGON	12297274000000	6. Numer KRS	0000473582

7. Skład organu zarządzającego organizacji *(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu zarządzającego)*	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Andrzej Żwawa	Prezes Zarządu	TAK
	Zbigniew Szalbot	Członek Zarządu	TAK

8. Skład organu kontroli lub nadzoru organizacji *(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu kontroli lub nadzoru)*	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Monika Onyszkiewicz	Przewodnicząca Komisji Kontroli	TAK
	Dorota Kocurek-Poznańska	Członkini Komisji Kontroli	TAK
	Grzegorz Gruca	Członek Komisji Kontroli	TAK

9. Cele statutowe organizacji *(Należy opisać cele na podstawie statutu organizacji)*	Fundacja została powołana w celu: 1) upowszechniania i promowania idei Sprawiedliwego Handlu, rozumianej jak wskazano w Preambule, a więc realizacji wspierania przedsiębiorczości, wzmacniania wspólnot lokalnych oraz ochrony praw i wolności człowieka zarówno rolników jak i pracowników głównie z krajów globalnego Południa; 2) budowania rozpoznawalności i pozytywnego wizerunku idei Sprawiedliwego Handlu; 3) tworzenie reprezentacji ruchu Sprawiedliwego Handlu, szczególnie na terenie Polski; 4) wspierania podmiotów zainteresowanych działaniem na rzecz Sprawiedliwego Handlu; 5) wspieranie inicjatyw zapewniających dostępność produktów Sprawiedliwego Handlu; 6) wspierania badań nad funkcjonowaniem Sprawiedliwego Handlu i jego wpływem na producentów; 7) prowadzenie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju; 8) promowania, ochrony i rozwoju praw konsumentów w zakresie etycznego marketingu, zrównoważonych produktów oraz uczciwej konkurencji.
10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji *(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)*	1) działalność w ramach i na rzecz systemu certyfikacyjnego Fairtrade, w tym poprzez członkostwo w sieci Fairtrade International oraz działania poniżej opisane; 2) organizowanie imprez publicznych takich jak zgromadzenia, festyny, koncerty, festiwale, konkursy, wystawy, targi; 3) organizacja spotkań, zajęć, ćwiczeń, szkoleń i warsztatów; 4) organizacja seminariów, konferencji, sympozjów, wykładów; 5) organizacja stypendiów, wymian, wizyt studyjnych, stażów, praktyk, w tym o charakterze międzynarodowym; 6) działania i kampanie informacyjne lub promocyjne; 7) doradztwo, konsultacje, działalność opiniodawcza, w szczególności ws. rozwiązań dotyczących praktyk handlowych; 8) działalność rzecznicza; 9) budowanie partnerstw, klastrów i sieci różnych środowisk lub sektorów w Polsce i na świecie oraz ułatwianie nawiązywania kontaktów i współpracy; 10) prowadzeniu edukacji globalnej, rozwojowej i konsumenckiej dzieci i młodzieży oraz dorosłych; 11) działalność wydawnicza, w tym prasowa działalność wydawnicza; 12) działalność publicystyczna i dziennikarska, w tym prowadzenie portali, blogów, newsletterów; 13) organizacja monitoringów, badań naukowych, jak i badań rynku i opinii publicznej; 14) organizacja wycieczek, wyjazdów, półkolonii i kolonii; 15) organizacja akcji charytatywnych, w tym organizacja jak i udzielanie wsparcia materialnego lub finansowego potrzebującym bezpośrednio lub za pośrednictwem partnerów, innych organizacji pozarządowych, instytucji publicznych, niezależnie od rodzaju potrzeb; 16) tworzenie i udostępnianie baz danych podmiotów gospodarczych.

II. Charakterystyka działalności organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Opis działalności pożytku publicznego

1.1. Opis głównych działań podjętych przez organizację

Fair Trade, czyli Sprawiedliwy Handel, to ruch tworzony przez organizacje pozarządowe, działaczy i wolontariuszy, konsumentów oraz firmy na rzecz rozwoju społeczności drobnych wytwórców, szczególnie z krajów globalnego Południa (Afryki, Ameryki Łacińskiej, Karaibów, Azji i Oceanii).

Podstawowym dokumentem opisującym kształt i zasady funkcjonowania Ruchu Sprawiedliwego Handlu, uzgodnionym przez jego najważniejszych uczestników, jest Międzynarodowa Karta Sprawiedliwego Handlu, w której Sprawiedliwy Handel definiowany jest następująco:

“Sprawiedliwy Handel to partnerstwo w handlu opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, w którym dąży się do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu.
Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspierane przez konsumentów) aktywnie angażują się we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.”
(The International Fair Trade Charter 2018, str. 11)
Fundacja podziela wizję świata, w którym funkcjonują sprawiedliwe relacje handlowe oparte na zasadach zrównoważonego rozwoju, dzięki którym ludzie poprzez swoją pracę mogą zapewnić godne życie sobie i swoim rodzinom oraz rozwijać swój potencjał.

Sprawiedliwy Handel przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, wspierania przedsiębiorczości, wzmacniania wspólnot lokalnych oraz ochrony praw i wolności człowieka zarówno rolników, jak i pracowników głównie z krajów globalnego Południa, dzięki oferowaniu im lepszych warunków handlowych. W ten sposób wspiera też realizację prawa konsumentów do oczekiwania produktów etycznych, nie będących wynikiem wyzysku.

Najbardziej znany system realizujący ideę Sprawiedliwego Handlu to certyfikacja Fairtrade, zarządzana przez Fairtrade International. System Fairtrade, dzięki szczegółowym warunkom oraz systemowi certyfikacji i monitoringu realizacji tych warunków od produkcji, przez pośredników handlowych i wprowadzających do obrotu w danym kraju, zapewnia, że produkty nim certyfikowane realizują wszystkie cele Sprawiedliwego Handlu.

System Fairtrade łączy więc wartości podstawowe, działalność społeczną, ekonomię społeczną i działalność gospodarczą. Bez zbliżenia i zaangażowania tych sektorów, nie ma realnej realizacji idei i celów Sprawiedliwego Handlu.

Fundacja, mając za podstawowy cel rozwój Sprawiedliwego Handlu, jest organizacją wspierającą upowszechnianie systemu certyfikacji Fairtrade w Polsce.

Fundacja składa serdeczne podziękowania wszystkim wspierającym jej działania.

1. KAMPANIA „DZIEŃ CZEKOLADY” (12.04)
W Polsce Dzień Czekolady jest świętowany 12 kwietnia. Z tej okazji przygotowaliśmy i przesłaliśmy komunikat prasowy na temat sytuacji rolników uprawiających kakao, które jest podstawowym surowcem do produkcji czekolady. Wyjaśniliśmy, dlaczego pomimo wzrostu cen kakao na światowych rynkach przed branżą stoi wiele wyzwań, takich jak nieprzewidywalny klimat; fakt, że 25% kakaowców w Ghanie ma już ponad 40 lat, oraz że pojawienie się wirusa CSSVD (Cocoa Swollen Shoot Virus Disease) potrafi obniżyć plony nawet o 50%. Pojawiło się łącznie 13 publikacji – 12 materiałów na portalach i 1 wzmianka w stacji radiowej:
10.04.2025 – https://www.agroindustry.pl/index.php/2025/04/10/czekolada-na-wage-zlota-globalne-wyzwania-branzy-kakao
10.04.2025 – https://foodservice24.pl/wydarzenia/branzowe/kryzys-klimatyczny-rekordowe-ceny-kakao271633
10.04.2025 – https://gospodarka.sos.pl/czekolada-na-wage-zlota-globalne-wyzwania-branzy-kakao29054915.html
11.04.2025 – https://www.handelextra.pl/handel/detal/kryzys-klimatyczny-rekordowe-ceny-kakao275998
11.04.2025 – https://swiatoze.pl/dlaczego-czekolada-drozeje-zmiany-klimatu-kryzysy-i-przyszlosc-kakao
11.04.2025 – https://ecoekonomia.pl/2025/04/11/klimatyczne-wyzwania-branzy-kakao-transformacja-czekolady
12.04.2025 – https://wroclaw.tvp.pl/86133856/dzien-czekolady
12.04.2025 – https://biznes.interia.pl/finanse/news-czekolada-dubajska-to-dowod-czekaja-nas-czasy-czekolady-na-w,nId,7947406
12.04.2025 – https://www.gospodarka.sos.pl/czekolada-dubajska-to-dowod-czekaja-nas-czasy-czekolady-na-wage-zlota-29096158.html
12.04.2025 – https://www.polskienews.pl/business/czekolada-dubajska-to-dowod-czekaja-nas-czasy-czekolady-na-wage-zota
14.04.2025 – https://www.portalspozywczy.pl/slodycze-przekaski/wiadomosci/branza-kakaowa-wysyla-sygnaly-ostrzegawcze-czy-przyszlosc-czekolady-jest-zagrozona276243.html
16.04.2025 – https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/sprzedaja-czekolade-bez-logo-mowia-o-nowych-zasadach-gry-w-branzy,156766.html
12.04.2025 – Radio Nowy Świat – Sobotni brzask

2. KAMPANIA „MIESIĄC FAIRTRADE” (9.05-9.06)
Celem kampanii Miesiąc Fairtrade jest promowanie idei Sprawiedliwego Handlu oraz systemu etycznej certyfikacji Fairtrade w Polsce. Miesiąc Fairtrade 2025 odbywał się pod hasłem „Wybierz odpowiedzialnie – Wybierz Fairtrade”. W ten sposób chcieliśmy podkreślić, że codzienne wybory zakupowe mogą przyczyniać się do walki z ubóstwem, pracą dzieci i degradacją środowiska.

Łącznie w trakcie trwania Miesiąca Fairtrade 2025 udało nam się dotrzeć do niemal 1,3 miliona użytkowników mediów społecznościowych. Naszą stronę internetową odwiedziło w tym czasie ponad 22 000 osób. Byliśmy obecni także w mediach i prasie, udzielając wywiadu w Radiu Nowy Świat oraz publikując informacje prasowe na portalach branżowych oraz

informacyjnych (łącznie uzyskaliśmy 8 publikacji).

W naszych działaniach wsparły nas 3 osoby prowadzące na Instagramie profile, które łącznie obserwuje ponad 220 000 użytkowników.

https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/nasze-kampanie/archiwum-kampanii/miesiac-fairtrade2025.html

___2.A. Konferencja online (9.05)
Podczas konferencji online na początek Miesiąca Fairtrade odbyła się premiera raportu „Dekada Rynku produktów Fairtrade w Polsce 2015–2024". Zaprezentowaliśmy także wyniki najnowszych badań konsumenckich GlobeScan na temat rozpoznawalności znaku FAIRTRADE w Polsce. Opowiedzieliśmy o projekcie NOPLANETB. Na koniec porozmawialiśmy z Aną Polo Aguilar – rolniczką z Ekwadoru, o tym, jak wygląda codzienność rolników uprawiających banany oraz z jakimi wyzwaniami wiąże się produkcja tych popularnych owoców. Na konferencję zarejestrowało się 58 osób.

___2.B. Webinarium „Jak zrobić pierwszy krok do zarządzania prawami dziecka w organizacji?" (4.06)
Organizatorem webinarium było Forum Odpowiedzialnego Biznesu i uczestniczyło w nim ok. 30 osób z różnych firm i organizacji, które podpisały Kartę Praw Dziecka w Biznesie. Wystąpienie przygotowane przez przedstawiciela Fundacji dotyczyło problemu pracy dzieci w krajach globalnego Południa, zasad ochrony małoletnich w systemie Fairtrade oraz strategii Fundacji Fairtrade Polska w zakresie komunikacji z użyciem wizerunku dziecka.

___2.C. Loteria paragonowa (9.05-9.06)
Ważnym punktem Miesiąca Fairtrade była Loteria paragonowa, której celem było zwrócenie uwagi na dostępność produktów z certyfikatem Fairtrade w sklepach w Polsce, a także zachęcenie konsumentów do świadomego wybierania produktów pozyskiwanych zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu.

Realizację projektu od strony technicznej oraz operacyjną obsługę mechanizmu loteryjnego powierzono agencji Nofsza, natomiast Fundacja sprawowała nadzór nad spójnością przekazu z misją statutową i celami edukacyjnymi organizacji.

W Loterii można było wygrać 10 ekspresów do kawy wraz z zapasem różnych kaw z certyfikatem Fairtrade oraz 50 zestawów certyfikowanych produktów ufundowanych przez firmę Miko Coffee Polska. Aby wziąć w niej udział, wystarczyło w czasie trwania akcji kupić dowolny produkt z certyfikatem Fairtrade, a następnie zarejestrować paragon na stronie: http://www.fairtrade.org.pl/loteria. Na koniec należało zrobić zdjęcie paragonu wraz z opakowaniem produktu do weryfikacji w przypadku wygranej.

Podczas Loterii wpłynęło 2196 zgłoszeń, spośród których zostało wylosowano 60 zwycięzców. Loteria była promowana w kanałach cyfrowych (media społecznościowe, kampanie e-mail, reklamy banerowe) oraz bezpośrednio w punktach sprzedaży.

___2.D. Działania medialne
W trakcie Miesiąca Fairtrade na 64 nośnikach zewnętrznych pojawiły się plakaty „#WybierzOdpowiedzialnie – Wybierz Fairtrade". Dodatkowo, dzięki współpracy z miastami Gdańsk, Poznań i Jelenia Góra oraz Uniwersytetem Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie i Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu, plakaty nieodpłatnie pojawiły się na ponad 100 kolejnych nośnikach.

3. KAMPANIA „DZIEŃ KAWY" (29.09)
29 września w Polsce obchodzony jest Dzień Kawy. W związku z tym przygotowaliśmy informację prasową na temat wzrostu cen ziaren kawy, przy okazji wyjaśniając, dlaczego powinniśmy wybierać kawę, która jest uprawiana w sposób przyjazny dla ludzi i dla planety. Po wysłaniu informacji pojawiło się łącznie 9 publikacji – 6 materiałów na portalach i 3 wzmianki w stacji radiowej:
25.09.2025 – https://foodservice24.pl/wydarzenia/branzowe/klimat-rekordowe-ceny-kawy-i-presja-na-producentow.-rynek-wciaz-niestabilny-272043
25.09.2025 – https://www.bikotech.pl/index.php/2025/09/25/espresso-pod-cisnieniem-rynek-kawy-wciaz-pozostaje-niestabilny-po-rekordowym-wzroscie-cen
25.09.2025 – https://gospodarka.sos.pl/espresso-pod-cisnieniem-rynek-kawy-wciaz-pozostaje-niestabilny-po-rekordowym-wzroscie-cen-34013768.html
26.09.2025 – https://www.handelextra.pl/handel/detal/klimat-rekordowe-ceny-kawy-i-presja-na-producentow.-rynek-wciaz-niestabilny-277348
30.09.2025 – https://www.portalspozywczy.pl/napoje/wiadomosci/rynek-kawy-wciaz-niestabilny-w-ciagu-ostatnich-5-lat-kawa-podrozala-o-400-proc,281202.html
10.10. 2025 – https://ecoekonomia.pl/2025/10/10/zmiany-klimatu-uderzaja-w-uprawy-i-winduja-ceny-kawy
29.09.2025 – Radio Nowy Świat
01.10.2025 – Radio TOK fm
02.10.2025 – Radio TOK fm (wydanie wieczorne)

4. KAMPANIA „KALENDARZ ADWENTOWY FAIRTRADE" (1-24.12)
W grudniu odbyła się Loteria edukacyjna pn. Kalendarz Adwentowy Fairtrade. Jest to akcja edukacyjna, która polegała na codziennym odsłanianiu okienek wirtualnego kalendarza i odpowiadaniu na pytania dotyczące systemu certyfikacji Fairtrade. Każdego dnia 3 osoby, które udzieliły prawidłowej odpowiedzi na pytania, wygrywały zestawy produktów z certyfikatem Fairtrade. Nagrodą główną wylosowaną spośród wszystkich poprawnych odpowiedzi był automatyczny ekspres kolbowy do kawy oraz zestaw 6 kg kaw z certyfikatem Fairtrade ufundowane przez firmę J.J. Darboven.

Realizację projektu od strony technicznej oraz operacyjną obsługę mechanizmu loteryjnego powierzono agencji Nofsza, natomiast Fundacja sprawowała nadzór nad spójnością przekazu z misją statutową i celami edukacyjnymi organizacji.

Napłynęło łącznie 51 833 zgłoszeń, stronę internetową odwiedziło w tym czasie niemal 22,5 tys. osób, co przełożyło się na ponad 90 tys. wyświetleń. Kampania w mediach społecznościowych dotarła do ponad 567 tys. odbiorców (liczba kont na platformach Facebook oraz Instagram, które wyświetliły treści związane z Loterią).

Listy osób, które zostały wylosowane są opublikowane w poszczególnych okienkach Kalendarza Adwentowego Fairtrade na stronie https://www.fairtrade-advent.org/pl.

5. KAMPANIA „SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU"
Polska kampania Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu jest częścią międzynarodowego ruchu Fair Trade Towns (www.fairtradetowns.org), funkcjonującego w 34 krajach na świecie na 6 kontynentach. Jego celem jest mobilizacja mieszkańców do działań na rzecz promowania Sprawiedliwego Handlu i kształtowania odpowiedzialnych zachowań konsumenckich, wspierających Cele Zrównoważonego Rozwoju. Kampania adresowana jest do szkół, uczelni, miast, miejsc pracy, wspólnot wyznaniowych (religijnych), jednostek harcerskich i przedszkoli, które mogą uzyskać tytuł np. Szkoła/Uczelnia/Miasto Przyjazna/e dla Sprawiedliwego Handlu.

___5.A. Zajęcia ze studentami na UKEN (23.01)
Spotkanie miało formę webinarium, w którym na zaproszenie dr Ewy Radomskiej z UKEN udział wzięło 33 studentów. Uczestnicy poznali zależności pomiędzy niskimi cenami, wojnami cenowymi a biedą na świecie oraz jak na te wyzwania odpowiada Fairtrade zarówno w wymiarze statystycznym (dane globalne), jak i przez pryzmat doświadczeń osobistych wybranych rolników. Na koniec uczestnicy dowiedzieli się, jakie działania realizuje Fundacja Fairtrade Polska oraz jak mogą się zaangażować. Webinarium było urozmaicone elementami interaktywnymi, takimi jak ankiety na żywo oraz wideo.

___5.B. Stoisko nt. Sprawiedliwego Handlu na Poznańskim Festiwalu Nauki i Sztuki (11.04)
W odpowiedzi na inicjatywę dr Magdaleny Śliwińskiej, działającej w imieniu Studenckiego Koła Naukowego, Fundacja wsparła organizację stoiska edukacyjnego poświęconego idei Sprawiedliwego Handlu. W ramach współpracy przekazaliśmy materiały ekspozycyjne (roll-upy), publikacje merytoryczne oraz produkty z certyfikatem Fairtrade. Projekt skierowany był do szerokiego grona odbiorców i odbiorczyń: studentów oraz uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych z Poznania i regionu Wielkopolski. Dzięki interaktywnej formie przekazu – w tym quizom i zagadkom – temat Fairtrade zaistniał w świadomości zwiedzających. Udostępnione zasoby edukacyjne pozwoliły uczestnikom i uczestniczkom zrozumieć bezpośredni wpływ decyzji konsumenckich na ograniczanie zjawisk wyzysku, śladu węglowego oraz nadmiernego zużycia zasobów naturalnych.

___5.C. Zajęcia ze studentami WSB Merito (26.04)
Zajęcia zostały przeprowadzone dla studentów kierunku CSR Manager na uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu. Prezentacja dotyczyła zasad Sprawiedliwego Handlu oraz funkcjonowania systemu Fairtrade. Uczestnicy dowiedzieli się, z jakimi ryzykami wiąże się produkcja towarów takich jak kawa czy czekolada. Poznali dane dotyczące rozwoju rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce oraz dowiedzieli się, jak odpowiedzialna konsumpcja może wspierać społeczności rolnicze w krajach globalnego Południa. W zajęciach online wzięło udział 17 studentów.

___5.D. Zajęcia ze studentami Ekonomii na UKEN (14.05)
Zajęcia miały formę wykładu online na temat zasad Sprawiedliwego Handlu oraz funkcjonowania systemu Fairtrade. Zajęcia zostały przeprowadzone dla studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w ramach przedmiotu Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Uczestnicy dowiedzieli się, z jakimi ryzykami wiąże się produkcja towarów takich jak kawa czy czekolada. Poznali dane dotyczące rozwoju rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce oraz dowiedzieli się, jak odpowiedzialna konsumpcja może wspierać społeczności rolnicze w krajach globalnego Południa. W zajęciach online wzięło udział 70 studentów.

___5.E. Dyplom „Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu" dla UKEN (14.10)
Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie po raz kolejny odnowił tytuł „Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu". Prezes Fundacji Fairtrade Polska, Andrzej Żwawa, wręczył dyplom na ręce Dziekana Wydziału Nauk Społecznych, prof. dr hab. Romana Kochnowskiego.

___5.F. Dyplom „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu" (30.10)
Jelenia Góra po raz kolejny odnowiła tytuł „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu", potwierdzając swoje zaangażowanie

w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, etycznej konsumpcji i wspierania producentów z krajów globalnego Południa. Tytuł ten przyznawany jest miejscowościom, które aktywnie wspierają ideę Sprawiedliwego Handlu, promującego uczciwe warunki pracy, godziwe wynagrodzenie i poszanowanie środowiska naturalnego. W Jeleniej Górze ideę Sprawiedliwego Handlu wspierają zarówno instytucje samorządowe, szkoły, organizacje pozarządowe, jak i lokalne kawiarnie oraz sklepy, w których można znaleźć certyfikowane produkty Fairtrade.

___5.G. Prelekcja o Fairtrade podczas sympozjum naukowego KNHZ UEK (5.12)
Prelekcja podczas sympozjum naukowego odbyła się na zaproszenie Koła Naukowego Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uczestnicy poznali zagadnienia związane z systemem Fairtrade: jak działa oraz dlaczego jest potrzebny, na jakie problemy odpowiada, jak wygląda sytuacja rolników globalnego Południa. Dodatkowo dzięki interaktywnej części prezentacji oraz dyskusji poznaliśmy punkt widzenia studentów oraz ich pomysły na dalszy rozwój Fairtrade.

6. PROJEKT NOPLANETB
NOPLANETB – Bridging Science and Society to Foster Inclusive Transition Strategies to projekt realizowany m.in. przez Fundację Fairtrade Polska. Jest on finansowany przez Komisję Europejską w ramach programu DEAR. W 2025 roku w ramach projektu swoje inicjatywy zrealizowały trzy organizacje społeczeństwa obywatelskiego, wybrane przez Fairtrade Polska do regrantingu, a kolejne cztery zostały zakwalifikowane do realizacji projektów w latach 2026–2027.

Organizacje te podejmują działania na rzecz łagodzenia skutków zmian ekologicznych i klimatycznych, a także na rzecz upowszechniania wiedzy o systemie Fairtrade. Ich potencjał został dodatkowo wzmocniony poprzez udział w cyklu szkoleń prowadzonych przez przedstawicieli Fundacji.

Dodatkowo, w ramach projektu odbyło się forum skierowane do organizacji pozarządowych, podczas którego uczestnicy poznali założenia projektu oraz zależności między systemem Fairtrade a ochroną środowiska. Tematykę tę przybliżył gość specjalny wydarzenia – Juan Pablo Solis, starszy doradca ds. klimatu i środowiska w Fairtrade International.

7. RAPORT O GOTOWOŚCI NA ROZPORZĄDZENIE EUDR (24.10)
Wsparliśmy przygotowanie Raportu „Stan przygotowania polskiego biznesu do EUDR", który opracowała firma doradcza ALTO. Oprócz naszej Fundacji partnerami w przygotowaniu raportu byli: UNEP/GRID-Warszawa, ESG Impact Network, Legalis–Księgowość Kadry Biznes. Było to pierwsze w Polsce kompleksowe badanie na temat przygotowania biznesu do EUDR, które łączy perspektywę prawną, technologiczną, środowiskową i społeczną. Raport zawiera szczegółowe wyniki badania przeprowadzonego wśród polskich firm, informacje kontekstowe wspierające wdrożenia EUDR, analizę najczęstszych barier i wyzwań, praktyczny schemat decyzyjny, wskazówki dotyczące wykorzystania technologii GIS do weryfikacji pochodzenia surowców, konkretne rekomendacje ekspertów i przykłady rozwiązań stosowanych przez liderów rynku oraz informacje o integracji EUDR z raportowaniem ESG i wykorzystaniu systemów certyfikacji. Dwa najważniejsze i alarmujące wnioski z raportu to – 25% firm nie przeanalizowało swoich obowiązków lub nie wie, czy to zrobiło – mimo że oferuje lub kupuje produkty objęte regulacją, 33% badanych nie rozumie obowiązków wynikających z rozporządzenia. Temat Rozporządzenia EUDR budzi zainteresowanie mediów branżowych. Przygotowaliśmy informację prasową na temat wyników raportu, którą opublikowało łącznie 15 portali:
27.10.2025 – https://www.wiadomoscihandlowe.pl/esg-w-handlu/firmy-nieprzygotowane-na-dyrektywe-o-wylesianiu-eksperci-ostrzegaja-100-tysiecy-firm-moze-stracic-dostep-do-rynkow-unijnych-2529722
27.10.2025 – https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/zostaly-dwa-miesiace-firmy-wciaz-nieprzygotowane-na-nowe-unijne-przepisy,162752.html
27.10.2025 – https://www.gridw.pl/pl/aktualnosci/polskie-firmy-nieprzygotowane-na-eudr-nowy-raport-z-udzialem-unep-grid-warszawa gridw.pl
27.10.2025 – https://www.esginfo.pl/polskie-firmy-nieprzygotowane-na-eudr
27.10.2025 – https://ecoekonomia.pl/2025/10/27/polskie-firmy-nie-gotowe-na-eudr
27.10.2025 – https://www.gospodarka.sos.pl/firmy-nieprzygotowane-na-dyrektywe-o-wylesianiu-eksperci-ostrzegaja-100-tysiecy-firm-moze-stracic-do-34841355.html
27.10.2025 – https://www.farmer.pl/produkcja-roslinna/eudr-ponad-100-tys-przedsiebiorstw-moze-stracic-dostep-do-rynku-ue,167879.html
28.10.2025 – https://zielonyrozwoj.pl/ponad-100-tys-polskich-firm-nieprzygotowanych-na-eudr-raport-ostrzega-przed-utrata-dostepu-do-rynku-ue
28.10.2025 – https://polityka.co.pl/ponad-100-tys-polskich-firm-nieprzygotowanych-na-eudr-raport-ostrzega-przed-utrata-dostepu-do-rynku-34828172.html
28.10.2025 – https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/polska-a-eudr-fairtrade-100-tysiecy-przedsiebiorstw-moze-stracic-dostep-do-rynku-ue,282104.html
28.10.2025 – https://wiadomosci.radiozet.pl/biznes/30-grudnia-2025-wchodzi-wazne-rozporzadzenie-obejmie-100-tys-firm-w-polsce#google_vignette
04.11.2025 – https://mojafirma.infor.pl/wiadomosci/7445349,od-30-grudnia-2025-r-duze-i-srednie-firmy-beda-musialy-udowodnic-ze-nie-przyczyniaja-sie-do-wylesiania-kogo-obejma-nowe-przepisy-rozporzadzenia-eudr.html
04.11.2025 – https://foodservice24.pl/wydarzenia/branzowe/prawo-eudr-po-korektach-gastronomia-w-obliczu-nowego-

standardu-odpowiedzialnosci-272120
04.11.2025 – https://www.dlahandlu.pl/raporty-i-analizy/eudr-2025-jak-nowe-przepisy-wplyna-na-sektor-foodservice,163110.html
04.11.2025 – https://www.portalspozywczy.pl/horeca/wiadomosci/nowe-regulacje-eudr-zmienia-branze-jakie-wyzwania-czekaja-firmy,282413.html

8. PROMOCJA FAIRTRADE NA WYDARZENIACH BIZNESOWYCH
Przedstawiciele Fundacji uczestniczyli w panelach i spotkaniach w ramach targów, warsztatów i konferencji, edukując o systemie Fairtrade.
___8.A. Dekada Fairtrade w Polsce 2015–2024 na Targach WorldFood Poland (8.04)
Od 2015 roku nasza Fundacja oficjalnie współpracuje z Fairtrade International, właścicielem znaku FAIRTRADE umieszczanego na certyfikowanych produktach Sprawiedliwego Handlu. W latach 2015-2024 nastąpił dynamiczny rozwój rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce. Z tej okazji uhonorowaliśmy firmy, które przez ostatnie 10 lat (a nawet więcej!) wyróżniły się w szczególny sposób swoim zaangażowaniem w rozwój rynku Fairtrade w Polsce.
Uroczysta gala wręczenia pamiątkowych statuetek dla Partnerów Dekady Fairtrade odbyła się 8.04 podczas pierwszego dnia targów WorldFood Poland w Warszawie. W trakcie wydarzenia zaprezentowaliśmy dane na temat rynku produktów Fairtrade w Polsce, opublikowanych w raporcie „Dekada Rynku Fairtrade w Polsce 2015–2024".
https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/aktualnosci/wartosc-rynku-fairtrade-w-polsce-przekroczyla-1-miliard-zlotych.html

___8.B. Poland & CEE Retail Summit 2025 (15-16.04)
Fundacja Fairtrade Polska była oficjalnym partnerem dwudniowej konferencji Poland & CEE Retail Summit, która odbyła się w DoubleTree by Hilton Hotel & Conference Centre w Warszawie. Była to 17. edycja jednego z najważniejszych wydarzeń branżowych w Polsce. Znak certyfikacyjny FAIRTRADE był eksponowany m.in. na stronie wydarzenia oraz na kilku rollupach przy scenach w salach konferencyjnych, w tym na głównej scenie. Obecność Fundacji na wydarzeniu służyła upowszechnianiu wiedzy o standardach Sprawiedliwego Handlu wśród kadry zarządzającej i decydentów rynkowych. Znak certyfikacyjny FAIRTRADE był eksponowany jako symbol etycznego łańcucha dostaw w przestrzeniach konferencyjnych oraz w kanałach informacyjnych wydarzenia, docierając do ponad 3 400 uczestników i uczestniczek. Przedstawiciele Fundacji wzięli aktywny udział w panelach eksperckich, promując dialog na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz budując relacje oparte na szacunku i przejrzystości z podmiotami kształtującymi rynek konsumencki.

___8.C. Targi POLAGRA (24-26.09)
W programie wydarzeń targów POLAGRA, które odbywały się w Poznaniu, znalazła się popołudniowa „Słodka przerwa z Lidlem i Fairtrade", która połączyła networking z promocją odpowiedzialnej konsumpcji. Na stoisku Lidla zaprezentowaliśmy najnowsze dane dotyczące systemu Fairtrade oraz podkreśliliśmy rolę sieci handlowych w rozwoju rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce.

___8.D. Forum Lodowe & SWEET (19-20.11)
Fundacja Fairtrade Polska była partnerem VII Forum Lodowego & SWEET – corocznego spotkania branży producentów słodyczy i lodów. W trakcie wydarzenia odbyły się wykłady i prelekcje specjalistów oraz naukowców przedstawiających m.in. aktualne trendy i nowe technologie. Gościem specjalnym był zaproszony przez Fundację Fairtrade Polska Jon Walker, specjalista ds. kakao w Fairtrade International. W części konferencji zatytułowanej „Globalne wyzwania sektora Sweet" Jon przedstawił prezentację „Sytuacja na rynku kakao a inicjatywy Fairtrade". Wydarzenie było dobrą okazją do promowania systemu Fairtrade wśród przedstawicieli sektora słodyczy obecnych na konferencji, jak również na towarzyszących wydarzeniu stoiskach ekspozycyjnych.
9. WYDARZENIA PUBLICZNE, KONFERENCJE I INNE SPOTKANIA
___9.A. Dialog ORLEN z interesariuszami sesja 2. „Konsumenci". (25.04)
Przedstawiciel Fundacji Fairtrade Polska wziął udział w spotkaniu dialogowym dotyczącym zagadnień związanych z klientami i użytkownikami końcowymi. Zaproszenie zostało wystosowane przez Zastępcę Dyrektora Biura Zrównoważonego Rozwoju i Transformacji Energetycznej, działającego w imieniu Grupy Kapitałowej (GK) ORLEN S.A. Przedstawiciel Fundacji wystąpił w roli rzecznika interesów marginalizowanych rolników i pracowników z krajów globalnego Południa, przedstawił postulaty dotyczące włączenia certyfikowanych surowców do strategii zakupowej koncernu. Akcentowano znaczenie dywersyfikacji oferty o produkty etyczne jako narzędzia realizacji celów zrównoważonego rozwoju, co zostało odnotowane w dokumentacji strategicznej GK ORLEN S.A. jako istotny element budowania odpowiedzialnego ekosystemu konsumenckiego.

___9.B. Webinar „Kakao i kawa w świetle EUDR" (26.06)
Z uwagi na zbliżający się termin wejścia w życie Rozporządzenia EUDR, które zakazuje wprowadzania na rynek unijny towarów takich jak kawa lub kakao z terenów wylesionych, zorganizowaliśmy webinarium na ten temat. W trakcie webinarium przedstawiliśmy najważniejsze kwestie związane z regulacjami dotyczącymi wylesiania w kontekście pozyskiwania i przetwarzania ziarna kakaowego i kawowego. Zaprezentowaliśmy najnowsze informacje i propozycje Komisji Europejskiej dotyczące uproszczeń przepisów. Omówiliśmy też, co grozi przedsiębiorstwom za ich nieprzestrzeganie. Pokazaliśmy też, w jaki sposób Fairtrade wspiera zarówno rolników, jak i przedsiębiorstwa w sprostaniu wymagań unijnych. Na webinarium zarejestrowało się 116 osób, a na żywo wzięło w nim udział 78 osób.

https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/aktualnosci/webinar-kakao-i-kawa-w-swietle-eudr-aktualizacja.html

___9.C. Wizyta w Fairtrade Česko a Slovensko (11.08)
W sierpniu 3 osoby z Fundacji Fairtrade Polska uczestniczyły w wizycie studyjnej w partnerskiej organizacji Fairtrade Česko a Slovensko. Wydarzenie odbyło się w czeskiej Pradze i miało na celu wymianę doświadczeń, pomysłów oraz zaplanowanie wspólnych działań, które pozwolą wspierać biznes i edukować konsumentów w zakresie zrównoważonego rozwoju w regionie. To wydarzenie zapoczątkowało cykl corocznych spotkań – kolejne planowane jest w Polsce w 2026 roku.

___9.D. XXXIV Forum Ekonomiczne w Karpaczu (2-4.09)
Fundacja Fairtrade Polska była Partnerem Instytucjonalnym XXXIV Forum Ekonomicznego w Karpaczu. W tej największej konferencji polityczno-gospodarczej w Europie Środkowej i Wschodniej wzięło udział ponad 6000 gości z około 53 krajów. Podczas wydarzenia naszą Fundację reprezentowały dwie osoby. Forum było okazją do nawiązania kontaktów z przedstawicielami biznesu i samorządów obecnych na tym wydarzeniu. Fundacja Fairtrade Polska była również partnerem „Śniadania Klimatycznego z Lidlem", podczas którego przedstawiciel Fundacji zaprezentował, w jaki sposób Fairtrade przyczynia się do zrównoważonego rozwoju. Pokazane zostały m.in. dane z raportu „Dekada Rynku Fairtrade w Polsce 2015-2024". Dla odwiedzających strefę Lidl Polska dostępne były materiały edukacyjne oraz raport "Dekada Rynku Fairtrade w Polsce 2015-2024".

___9.E. Spotkanie grupy International Discounter Group (10-12.09)
Fundacja Fairtrade Polska była gospodarzem corocznego spotkania International Discounter Group (IDG), które odbywało się w Krakowie. IDG skupia przedstawicieli krajowych organizacji Fairtrade z Europy i Ameryki. Celem spotkań grupy jest wymiana doświadczeń przy współpracy z sieciami handlowymi oferującymi produkty Sprawiedliwego Handlu.

10. WYWIADY
W raportowanym okresie udzieliliśmy 3 wywiadów radiowych:
- Radio Nowy Świat
- Radio TOK FM
- Radio Wnet
Wywiady dotyczyły wysokich cen surowców takich jak kawa i kakao.

11. PUBLIKACJE
Raport „Dekada Fairtrade 2015-2024" – podsumowanie dekady Fairtrade w Polsce – https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje/raporty.html
Badania GlobeScan 2025 – badania na temat rozpoznawalności znaku Fairtrade – https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje/badania.html
Plakat #WybierzOdpowiedzialnie – plakat wykorzystany w trakcie Miesiąca Fairtrade – https://www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje/plakaty.html

12. NOWA WERSJA STRONY INTERNETOWEJ FUNDACJI
Na początku października udostępniono nową odsłonę serwisu internetowego Fundacji Fairtrade Polska. Wykorzystuje ona globalny szablon, współdzielony z organizacjami Fairtrade z innych krajów. Dzięki temu w naszym serwisie pojawiło się wiele nowych tekstów, a dotychczasowe zostały zaktualizowane. Nowy serwis jest zoptymalizowany pod kątem wyświetlania treści na urządzeniach mobilnych.

13. FAIRTRADE IN ROMANIA
W r. 2025 kontynuowaliśmy prowadzenie na Facebooku profilu w języku rumuńskim nt. Fairtrade. Jego adres to: https://www.facebook.com/FairtradeInRomania

1.2. Zasięg terytorialny prowadzonej przez organizację działalności pożytku publicznego *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)*	☐ najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	
	☐ gmina	☐ województwo
	☐ kilka gmin	☐ kilka województw
	☐ powiat	☒ cały kraj
	☐ kilka powiatów	☒ poza granicami kraju

2. Informacja dotycząca liczby odbiorców działań organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

2.1. Liczba odbiorców działań organizacji *(Należy oszacować liczbę odbiorców działań organizacji w okresie sprawozdawczym, w podziale na osoby fizyczne i osoby prawne)*	Osoby fizyczne	4337540	
	Osoby prawne	146	

2.2. Informacje na temat odbiorców innych, niż wymienieni w pkt 2.1, na rzecz których działała organizacja *(Np. zwierzęta, zabytki)*	nie dotyczy

3. Informacja dotycząca działalności nieodpłatnej pożytku publicznego organizacji w okresie sprawozdawczym

3.1. Organizacja prowadziła działalność nieodpłatną pożytku publicznego	(•) Tak ( ) 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, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności nieodpłatnej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów),* ***zaczynając od głównego przedmiotu działalności***

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
1	działalność na rzecz integracji i reintegracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	Stwarzanie nowych możliwości dla rolników z małoobszarowych gospodarstw, pracowników najemnych i rzemieślników z krajów Ameryki Łacińskiej, Karaibów, Afryki, Azji i Oceanii będących w międzynarodowym systemie certyfikacji Fairtrade. Fairtrade zabiega o interesy rolników w warunkach istniejącej gospodarki rynkowej, zapewniając im uczciwą zapłatę za wytwarzane produkty, a także dodatkowe środki przeznaczone na projekty rozwojowe podnoszące jakość życia lokalnych społeczności (tzw. Premia Fairtrade). Fundacja osiąga to poprzez wszystkie działania zwiększające rozpoznawalność i obecność Fairtrade w Polsce, tj. poprzez zwiększenie wiedzy nt. tego systemu wśród przedsiębiorców i konsumentów w celu wzrostu popytu na surowce i produkty z certyfikatem Fairtrade oraz zwiększenia podaży tych produktów. Ma to bezpośrednie przełożenie na Premię Fairtrade i wzrost dochodów ww. grup społecznych.	94.99.Z	0,00 zł

2	działalność wspomagająca rozwój gospodarczy, w tym rozwój przedsiębiorczości	Wsparcie rozwoju rynku produktów ze znakiem Fairtrade w Polsce poprzez: promocję produktów posiadających certyfikat Fairtrade i firm je oferujących wśród konsumentów, czemu m.in. służyła kampania Miesiąc Fairtrade, kampania Kalendarz Adwentowy Fairtrade, działania w mediach społecznościowych Fundacji, udział w Fundacji w wydarzeniach wspomnianych w pkt. II.1.1; ułatwienie dostępu do produktów ze znakiem Fairtrade w Polsce poprzez stałe udostępnianie na stronie www Fundacji wyszukiwarki produktów Fairtrade dostępnych na polskim rynku; wspieranie konsultacyjne polskich firm zainteresowanych system Fairtrade i przejściem certyfikacji, jak również nieodpłatne udostępnianie w formie drukowanej i elektronicznej materiałów komunikacyjnych i marketingowych nt Fairtrade służących promocji produktów.	94.99.Z	0,00 zł
3	upowszechnianie i ochrona wolności i praw człowieka oraz swobód obywatelskich, a także działania wspomagające rozwój demokracji	Realizacja idei Sprawiedliwego Handlu poprzez wdrażanie w Polsce systemu Fairtrade jako sposobu działania na rzecz ochrony praw człowieka w szczególności wolności zrzeszania, edukacji, praw ekonomicznych i socjalnych grup zagrożonych. Służą temu wszystkie działania Fundacji, w szczególności działania zwiększające świadomość w jaki sposób system certyfikacyjny Fairtrade realizuje zasady Sprawiedliwego Handlu, jak i działania zwiększające dostępność produktów wytworzonych zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu, dzięki czemu ich producenci (rolnicy z małoobszarowych gospodarstw, pracownicy najemni i rzemieślnicy oraz ich lokalne społeczności z krajów Ameryki Łacińskiej, Karaibów, Afryki, Azji i Oceanii będących w międzynarodowym systemie certyfikacji Fairtrade) objęci są standardami Fairtrade odnoszącymi się do ochrony praw człowieka poprzez cały system łańcucha dostaw tych produktów.	94.99.Z	3 431,90 zł

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(-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, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli 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***

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych

5. Informacja dotycząca działalności gospodarczej organizacji w okresie sprawozdawczym

5.1. Organizacja prowadziła działalność gospodarczą	○ Tak ◉ 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. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności gospodarczej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów),* ***zaczynając od głównego przedmiotu działalności***

Lp.	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 zysków i strat)			2 352 243,83 zł
a) przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego			2 351 842,85 zł
b) przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego			0,00 zł
c) przychody z działalności gospodarczej			0,00 zł
d) przychody finansowe			400,00 zł
e) pozostałe przychody			0,98 zł
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji			
2.1. Przychody z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych			1 975,80 zł
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:			124 911,75 zł
w tym:	a) ze środków europejskich w rozumieniu przepisów o finansach publicznych		124 911,75 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:			2 224 955,30 zł
w tym:	a) ze składek członkowskich		0,00 zł
	b) z darowizn od osób fizycznych		1 139,51 zł
	c) z darowizn od osób prawnych		2 223 815,79 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
	g) z działalności gospodarczej		0,00 zł
2.4. Z innych źródeł			400,98 zł
3. Informacje o kosztach poniesionych z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym			

3.1. Stan środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych na pierwszy dzień roku sprawozdawczego	1 456,10 zł
3.2. Wysokość kwoty poniesionych kosztów z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym ogółem	3 431,90 zł

3.3. Działania, w ramach których poniesiono koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym (w szczególności określone w pkt II.1.1), oraz szacunkowe kwoty przeznaczone na te działania

1	Środki pochodzące z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych zostały przeznaczone na częściowe pokrycie kosztów utworzenia strony internetowej Fundacji Fairtrade Polska, w tym podstrony w języku ukraińskim, w ramach wspólnej globalnej platformy Fairtrade, obejmującej serwisy organizacji lokalnych w różnych językach.	3 431,90 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 poniosła najwyższe koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego w okresie sprawozdawczym wraz z kwotą kosztów

4. Informacje o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym	Koszty ogółem:	W tym: wysokość kosztów finansowana z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
4.1. Koszty organizacji w okresie sprawozdawczym ogółem:	2 190 948,12 zł	3 431,90 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego	2 152 181,71 zł	3 431,90 zł
b) koszty z tytułu prowadzenia odpłatnej działalności pożytku publicznego	0,00 zł	0,00 zł
c) koszty z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej	0,00 zł	
d) koszty finansowe	38 763,82 zł	
e) koszty administracyjne	0,00 zł	0,00 zł
f) pozostałe koszty ogółem	2,59 zł	0,00 zł
4.2. Koszty kampanii informacyjnej lub reklamowej związanej z pozyskiwaniem 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych	0,00 zł	0,00 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	199 661,14 zł
5.2. Wynik działalności odpłatnej pożytku publicznego	0,00 zł
5.3. Wynik działalności gospodarczej	0,00 zł
w tym: wysokość środków przeznaczona na działalność pożytku publicznego	0,00 zł

IV. Korzystanie z uprawnień w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja korzystała z następujących zwolnień *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji. W przypadku zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych - podać dodatkowo kwotę)*	☑ z podatku dochodowego od osób prawnych	2 287,00 zł
	☐ z podatku od nieruchomości	
	☐ z podatku od czynności cywilnoprawnych	
	☐ z podatku od towarów i usług	
	☐ z opłaty skarbowej	
	☐ z opłat sądowych	
	☐ z innych zwolnień, jakich:	
	☐ nie korzystała	

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.	◉ Tak ○ 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: *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)*	☐ własność ☐ użytkowanie wieczyste ☐ najem ☐ użytkowanie ☐ użyczenie ☐ dzierżawa ☑ nie korzystała

V. Personel organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Pracownicy oraz osoby zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej

1.1. Liczba osób zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy *(Należy uwzględnić wszystkie osoby zatrudnione w organizacji na podstawie stosunku pracy (etat lub część etatu) w okresie sprawozdawczym, nawet jeżeli obecnie nie są już zatrudnione w organizacji)*	2 osób
1.2. Przeciętna liczba zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy w przeliczeniu na pełne etaty *(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. 0,50 w przypadku osoby zatrudnionej na pół etatu), dodać do siebie sumy zatrudnionych z 12 miesięcy i podzielić przez 12. Wynik wpisać z dokładnością do 2 miejsca po przecinku)*	2,00 etatów
1.3. Liczba osób w organizacji świadczących usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej *(Jeżeli kilka umów cywilnoprawnych było wykonywanych przez jedną osobę, to dana osoba powinna być policzona tylko raz)*	10 osób

2. Członkowie

2.1. Organizacja posiada członków	○ Tak ◉ Nie
	0 osób fizycznych

2.2. Liczba członków organizacji wg stanu na ostatni dzień roku sprawozdawczego	0 osób prawnych

3. Wolontariat w okresie sprawozdawczym		
3.1. Organizacja korzystała ze świadczeń wykonywanych przez wolontariuszy *(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)*		(•) Tak ( ) Nie
3.2. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres krótszy niż 30 dni *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym i czasu pracy)*		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób

3.3. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres od 30 dni do 6 miesięcy *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)*		4 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	1 osób
	b) inne osoby	3 osób
3.4. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres dłuższy niż 6 miesięcy *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)*		1 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	1 osób
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1.Łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		737 326,91 zł
w tym:	a) z tytułu umów o pracę	307 905,15 zł
	- wynagrodzenie zasadnicze	307 905,15 zł
	- nagrody	0,00 zł
	- premie	0,00 zł
	- inne świadczenia	0,00 zł
	b) z tytułu umów cywilnoprawnych	429 421,76 zł
2. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		737 326,91 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	0,00 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	737 326,91 zł
3. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej w związku z prowadzoną przez organizację działalnością gospodarczą		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 *(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 (miesięcy) 3. podzielić przez liczbę członków zarządu)*		2 896,00 zł
5. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		756,00 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 *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		0,00 zł
7. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikom organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 4-6, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		4 448,66 zł

8. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	3 552,00 zł
9. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	972,00 zł
10. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi innych niż organ zarządzający, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0,00 zł
11. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikowi organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 8-10, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz wynagrodzenia wypłaconego osobie świadczącej usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej	19 703,83 zł
12. Dodatkowe uwagi dotyczące wynagrodzeń *(Można wpisać informacje dotyczące wynagrodzeń, o których mowa w pkt 1-11, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)*	Zatrudniono łącznie 12 współpracowników (w tym dwie osoby na umowę o pracę), w tym 10 kobiet. Stawka godzinowa pracowników zatrudnionych na umowy długoterminowe wynosiła od 79,00 zł do 96,00 zł (koszt całkowity pracodawcy). Natomiast stawki godzinowe dla osób okazjonalnie współpracujących wynosiły od 98,40 zł do 300,00 zł (koszt całkowity pracodawcy). Wynagrodzenie Zarządu Fundacji z tytułu umów cywilnoprawnych wykonywanych w ramach działalności osobistej nie przekraczało 3 552,00 zł miesięcznie. Dodatkowo zgodnie z uchwałą Rady Fundacji członkowie Komisji Kontroli mieli wypłacane symboliczne wynagrodzenie, nie przekraczające 972,00 zł brutto miesięcznie.

VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożytku publicznego pożyczkach pieniężnych w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja udzielała pożyczek pieniężnych	○ Tak ◉ 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	○ Tak ◉ Nie

2. Informacja na temat głównych 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

3. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zadania zlecone przez organy administracji rządowej lub państwowe fundusze celowe	○ Tak ◉ 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
(Należy wpisać realizowane zamówienia publiczne w rozumieniu ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych oraz te, do których nie stosuje się przepisów ww. ustawy, np. zamówienia, których wartość nie przekroczyła wyrażonej w złotych równowartości kwoty 14 000 euro)

1. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zamówienia publiczne	○ Tak ◉ 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	REGON	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 organizacjiprzez 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 lub rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 grudnia 2004 r. w sprawie obowiązku badania sprawozdań finansowych organizacji pożytku publicznego	○ Tak ◉ Nie

5. Dodatkowe informacje
(Można wpisać w poniższe pole inne informacje, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)

Fundacja Fairtrade Polska jest organizacją współpracującą na terenie Polski z Fairtrade Labelling Organizations International e.V., właścicielem najbardziej rozpowszechnionego znaku certyfikacyjnego Sprawiedliwego Handlu. Podstawowym celem tej współpracy jest realizowanie i promowanie idei Sprawiedliwego Handlu, głównie poprzez system certyfikacyjny Fairtrade. Fairtrade International co kwartał przekazuje Fundacji darowizny celowe na wspieranie realizacji i rozwój idei Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Jest to główne źródło przychodów Fundacji. Środki otrzymane w kwocie 124 911,75 zł i wykazane jako środki europejskie w sekcji III, otrzymane zostały w ramach bezpośredniej umowy z KE, stąd nie wykazano ich w sekcji VIII.
Ze względu na fakt, że Fundacja prowadziła wyłącznie nieodpłatną działalność pożytku publicznego, koszty ogólnego zarządu organizacji (administracyjne) są traktowane jako koszty pośrednie tej działalności i jako takie ujmowane w kosztach działalności Fundacji.

Imię i nazwisko osoby upoważnionej lub imiona i nazwiska osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu organizacji	Zbigniew Szalbot – Członek Zarządu Andrzej Żwawa – Prezes Zarządu	Data wypełnienia sprawozdania	2026-06-24