

- 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 2023-06-30

I. Dane organizacji pożytku publicznego

1. Nazwa organizacji	FUNDACJA "KOALICJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU" - 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 <i>(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu zarządzającego)</i>	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Andrzej Żwawa	Prezes Zarządu	TAK
	Zbigniew Szalbot	Członek 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
	Monika Onyszkiewicz	Przewodnicząca Komisji Kontroli	TAK
	Dorota Kocurek-Poznańska	Członkini Komisji Kontroli	TAK
	Grzegorz Gruca	Członek Komisji Kontroli	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> <ol style="list-style-type: none"> 1. Upowszechniania i promowania idei Sprawiedliwego Handlu; 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.
<p>10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji</p> <p><i>(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 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 opiniotwórcza, 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 wsparcia materialnego lub finansowego; 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).

Idea ta przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, wspierania przedsiębiorczości, wzmocnienia 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 jest zarządzany 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.

Fundacja, mając za podstawy cel rozwój i upowszechniania Sprawiedliwego Handlu, jest organizacją wspierającą rozwój ww. systemu w Polsce.

Fundacja składa serdeczne podziękowania wszystkim wspierającym jej działania.

KAMPANIA „MIESIĄC FAIRTRADE”

Miesiąc Fairtrade to nasza coroczna kampania, służąca rozwojowi realizacji idei Sprawiedliwego Handlu w Polsce. W jej trakcie przybliżamy firmom i konsumentom, czym jest Sprawiedliwy Handel oraz jak jego wdrażaniu i realizacji służy system certyfikacji produktów Fairtrade. Zachęcamy firmy do dołączania do systemu Fairtrade a konsumentów do sięgania po produkty ze znakiem FAIRTRADE podczas zakupów.

W ubiegłym roku Miesiąc Fairtrade odbywał się w dniach 12.04-15.05 pod hasłem „Dla ludzi, dla planety”. W ten sposób chcieliśmy podkreślić, że wybierając certyfikowane produkty, jako konsumenci wspieramy społeczności rolnicze w krajach globalnego Południa oraz dbamy o środowisko naturalne. Są to dwa kluczowe aspekty Sprawiedliwego Handlu, realizujące zasadę zrównoważonego rozwoju.

W trakcie Miesiąca Fairtrade dotarliśmy do ponad 2,2 mln użytkowników mediów społecznościowych. Istotnym elementem naszych działań komunikacyjnych był także kontakt z mediami tradycyjnymi i wirtualnymi. W sumie podczas Miesiąca Fairtrade opublikowaliśmy 140 artykułów i informacji prasowych, a także udzieliliśmy 15 wywiadów radiowych i 1 telewizyjnego.

Jednymi z ważniejszych działań w ramach Miesiąca Fairtrade były: Twarz kampanii, loteria oraz konferencja online, omówione poniżej.

- Kampania wizerunkowa

Bohaterem kampanii Miesiąc Fairtrade 2022 był Ademilson Borges, zajmujący się uprawą kawy, brazylijski rolnik ze spółdzielni APASCOFFEE z siedzibą w rejonie Sao Goncalo w Brazylii, która jest jednym z wielu producentów rolnych certyfikowanych w systemie Fairtrade. Spółdzielnia jest więc monitorowana i weryfikowana pod kątem spełniania szeregu wymagań, dzięki którym można uznać jej produkty za produkty Sprawiedliwego Handlu.

Plakaty z naszym bohaterem promujące kampanię Miesiąc Fairtrade pojawiły się w kilku polskich miastach, np. w Gdańsku, Jeleniej Górze, Poznaniu oraz Obornikach Śląskich. Plakaty, grafiki oraz materiały promocyjne były dystrybuowane także przez naszych partnerów biznesowych, uczelnie oraz firmy posiadające w ofercie produkty z certyfikatem Fairtrade.

- Loteria promocyjna

Przez cały okres trwania kampanii Miesiąc Fairtrade można było wziąć udział w loterii, w której do wygrania były zestawy produktów ze znakiem Fairtrade, a której zorganizowanie i przeprowadzenie zleciła Fundacja. Celem podstawowym tego działania była edukacja w zakresie Sprawiedliwego Handlu. Nagrodą główną w konkursie był weekendowy pobyt w hotelu Darboven. Łącznie w loterii udział wzięły 2142 osoby.

- Konferencja „Biznes, który jest fair”

Szczególnym punktem w programie obchodów Miesiąca Fairtrade 2022 była konferencja online pt.: „Biznes, który jest fair. Fairtrade z perspektywy CSR”, przeznaczona dla firm oraz specjalistów zajmujących się wdrażaniem strategii CSR lub marketingiem.

Uczestnicy wydarzenia poznali zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR), trendami w obszarze CSR, założeniami i celami Sprawiedliwego Handlu i realizującego go systemu Fairtrade, a także zapoznali się z aktualnymi danymi na temat sprzedaży produktów Fairtrade w Polsce. W dalszej części spotkania sześciu zaproszonych prelegentów podzieliło się swoimi doświadczeniami w zakresie wykorzystania certyfikatu Fairtrade w działaniach CSR przedsiębiorstw, w których pracują. Konferencja była prowadzona przez red. Tomasza Settę z radia TOK FM. W konferencji łącznie udział wzięło ponad 100 uczestników.

KAMPANIA „TYDZIEŃ KAWY FAIRTRADE”

Na przełomie września i października na całym świecie obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Kawy. W Polsce święto miłośników tego napoju przypada 29 września. My postanowiliśmy świętować cały tydzień (26.09-2.10). Do kampanii włączyło się 12 firm.

Coraz więcej producentów i palarni kawy oferuje kawę Fairtrade. Można ją znaleźć w sklepach internetowych, w sklepach z produktami ekologicznymi, w popularnych dyskontach, a także na wybranych stacjach paliw w całym kraju. Obejmuje to wszystkie formy kawy - kaw mielonych, ziarnistych i w kapsułkach, a także spośród gotowych napojów kawowych. To ważny obszar dla Fundacji, w warunkach polskich to kawa stanowi najpopularniejszy produkt Sprawiedliwego Handlu. Ma więc też największy potencjał w docieraniu do świadomości polskich konsumentów i przedsiębiorców z przesłaniem Sprawiedliwego Handlu i znaczeniem systemu certyfikacyjnego Fairtrade dla realizacji tej idei.

KAMPANIA „KALENDARZ ADWENTOWY FAIRTRADE”

Zwieńczeniem kolejnego roku naszych działań na rzecz popularyzacji idei Sprawiedliwego Handlu i systemu certyfikacji Fairtrade była akcja „Kalendarz Adwentowy Fairtrade 2022”. W dniach od 1 do 24 grudnia na stronie www.fairtrade-advent.org/pl codziennie pojawiało się nowe pytanie, na które poprawna odpowiedź była warunkiem wzięcia udziału w loterii. Spośród osób, które wskazały prawidłowe odpowiedzi, codziennie losowane były trzy nagrodzone atrakcyjnym zestawem produktów z certyfikatem Fairtrade. W loterii można było wygrać produkty nie tylko z popularnych sieci handlowych i stacji paliw, lecz także z rzemieślniczych palarni kawy i sklepów internetowych. Dodatkowo, wśród wszystkich uczestników, którzy wzięli udział w loterii i poprawnie odpowiedzieli przynajmniej na jedno pytanie, rozlosowano nagrodę główną – ekspres do kawy ufundowany przez firmę Tchibo.

W sumie otrzymaliśmy 31 986 odpowiedzi od 4 067 uczestników. Każdego dnia w loterii udział brało średnio ponad 1 300 osób.

Informacja o loterii dotarła przez media społecznościowe do ponad 602 000 użytkowników. Od 1 do 24 grudnia naszą stronę (www.fairtrade.org.pl) i stronę Kalendarza Adwentowego Fairtrade 2022 (www.fairtrade-advent.org/pl) odwiedziło łącznie 15 000 użytkowników. W sumie odnotowaliśmy ponad 120 000 unikalnych odsłon obu serwisów.

KAMPANIA „GOOD CLOTHES”

W ubiegłym roku dołączyliśmy do kampanii rzeczniczej „Good Clothes, Fair Pay”, w ramach której zbieramy podpisy obywateli UE pod europejską inicjatywą obywatelską dotyczącą uregulowania działalności sektora odzieżowego.

Firmy sektora odzieżowego mają skłonność do obniżania kosztów produkcji, gdy chcą wytwarzać na dużą skalę, jednocześnie dotrzymując krótkich terminów i niskich cen dla konsumentów. Łańcuchy dostaw są długie, złożone, brakuje im przejrzystości, a odpowiedzialność za tę sytuację rozmywa się między poszczególnymi podmiotami. Pracownicy przemysłu odzieżowego, w szczególności spoza UE, choć produkującego też na rynek UE, często nie są świadomi swoich praw albo z różnych powodów nie są w stanie ich wyegzekwować. Domagamy się od Komisji Europejskiej wprowadzenia regulacji zobowiązującej przedsiębiorstwa do należytej staranności w zakresie ochrony praw człowieka i praw pracowniczych w branży odzieżowej, tekstylnej i obuwniczej.

Więcej: www.fairtrade.org.pl/r/22/gc

KAMPANIA „SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU”

Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu to kampania, którą realizujemy wspólnie z Fundacją Kupuj Odpowiedzialnie oraz Polskim Stowarzyszeniem Sprawiedliwego Handlu. W ramach kampanii wspieramy rozwój lokalnych społeczności świadomych i dzielących się ideą Sprawiedliwego Handlu. Podmioty takie, jak władze lokalne, placówki edukacyjne (uniwersytety, szkoły, przedszkola), firmy, wspólnoty religijne, a nawet harcerze mogą wyrazić swoje wsparcie dla rozwoju i realizacji Sprawiedliwego Handlu w Polsce, a dzięki temu również ubiegać się o przyznanie tytułu.

W 2022 roku tytuł otrzymały miasto Piekary Śląskie oraz szkoła International School of Bydgoszcz. Gratulujemy oraz dziękujemy wolontariuszom zaangażowanym w kampanie w Piekarach Śląskich oraz w szkole w Bydgoszczy!

Więcej: www.spolecznosci.fairtrade.org.pl

ZBIÓRKA NA POMOC DLA UKRAINY

W ramach działalności charytatywnej od początku rosyjskiej napaści na Ukrainę cały nasz zespół zaangażował się w pomoc uchodźcom oraz ofiarom wojny. Postanowiliśmy również zaapelować o konkretną pomoc społeczność Fairtrade poza granicami Polski. W tym celu na zewnętrznym portalu do przeprowadzania zbiórek siepomaga.pl uruchomiliśmy zbiórkę pieniędzy, która trwała przez cały okres kampanii Miesiąc Fairtrade.

Zebrana kwota w wysokości 16 332 zł została w całości rozdysponowana pomiędzy Polską Akcją Humanitarną oraz Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej. To organizacje humanitarne, które w sposób profesjonalny i zorganizowany podejmują działania pomocowe.

Więcej: www.fairtrade.org.pl/r/22/znu

TARGI, KONFERENCJE I INNE SPOTKANIA

- Inicjatywa Każdy Człowiek – M.in. 5 – Globalizacja (13.05.2022)

Wzięliśmy udział w panelu dyskusyjnym, zorganizowanym z inicjatywy Polskiego Instytutu Praw Człowieka i Biznesu, w towarzystwie 24 przedstawicieli i przedstawicielek organizacji pozarządowych, w tym m.in. byłego rzecznika praw obywatelskich, dr Adama Bodnara. Teza wyjściowa brzmiała:

„Każdy człowiek ma prawo do tego, by oferowane były mu jedynie te towary i usługi, które są wytwarzane i świadczone z poszanowaniem powszechnych praw człowieka.”

Nasze stanowisko wspierało inicjatywę Każdy Człowiek. Uważamy, że firmy działają lepiej, gdy funkcjonują w oparciu o dobrze zdefiniowane ramy prawne. Realne koszty wytworzenia danego produktu zbyt często przerzucane są na najniższe ogniwa w łańcuchu dostaw (czyli na przykład na rolników i pracowników najemnych z kontynentów takich jak Afryka, Azja czy Ameryka Południowa). Taka sytuacja przyczynia się do większego rozwarstwienia społeczeństw, destabilizując sytuację społeczną, ekonomiczną i polityczną na świecie.

- Gala Finałowa Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku 2022” (2.06.2022)

25 edycja Konkursu o tytuł Dobroczyńca Roku to wydarzenie, w którym nagradzane są firmy zaangażowane społecznie. Ubiegłoroczne wydarzenie odbyło się w hotelu Sofitel w Warszawie. Dzięki współpracy z organizatorami zapewniliśmy, by na Gali pojawił się akcent edukacyjny i promocyjny Sprawiedliwego Handlu. Przedstawiciele firm, organizacji biznesowych, eksperci z dziedziny CSR – łącznie ok. 150 osób, mieli okazję zapoznać się z materiałami na temat Fairtrade oraz przykładowymi produktami Fairtrade.

- Targi BioExpo Warsaw (6-8.10.2022)

Międzynarodowe Targi Żywności i Produktów Ekologicznych BioExpo Warsaw skupiają producentów, kupców, właścicieli sklepów specjalistycznych oraz hurtowni spożywczych i wielobranżowych. Na naszym stoisku prezentowaliśmy produkty z certyfikatami Fairtrade i rolnictwa ekologicznego dostępne na polskim rynku. Targi odbywające się w Nadarzynie koło Warszawy były dla nas okazją do spotkania z firmami, które mają certyfikat Fairtrade lub licencję na używanie znaku FAIRTRADE. Udziałem w tego typu wydarzeniach upowszechniamy świadomość idei oraz wiedzy o systemie Fairtrade.

- Bal charytatywny „Gwiazdy Dobroczynności” (22.10.2022)

Plebiscyt „Gwiazdy Dobroczynności” ma na celu docenienie zaangażowanych społecznie osób znanych ze świata teatru, kina, sztuki, telewizji, Internetu, sportu i muzyki. Zaangażowaliśmy się w to wydarzenie jako Partner Wspierający prezentując czym jest Sprawiedliwy Handel i system Fairtrade. Uczestnicy balu charytatywnego mieli do dyspozycji kawę, herbatę oraz cukier z certyfikatem Fairtrade. Przekazaliśmy także produkty Fairtrade do zestawów upominkowych. Obok ekspresów z kawą i herbatą Fairtrade została umiejscowiona nasza wystawa rollupów „Fairtrade dla ludzi, dla klimatu”. Dodatkowo na stolikach kawowych rozmieszczono składane ulotki z naszymi informacjami o Fairtrade.

- Wizyta studyjna w Indiach (30.10-04.11.2022)

W ramach działań na rzecz wspierania polskich przedsiębiorców w zakresie sieciowania się z producentami bawełny z certyfikatem Fairtrade współorganizowaliśmy wizytę studyjną w Indiach. Ze strony polskiej zgłosiła się Agata Kurek (właścicielka firmy KokoWorld oferującej odzież z bawełny Fairtrade), która wraz z osobami z zachodnich organizacji Fairtrade i ich licencjobiorcami odwiedziła organizację producentów Pratibha. Grupa odwiedziła odziarniarnię, szkołę finansowaną z premii Fairtrade. Ponadto Agata Kurek złożyła wizytę w firmie Aadhava Apparels produkującej tekstylia bawełniane z certyfikatem Fairtrade.

- Kongres „Open Eyes Economy Summit” (22-23.11.2022)

Międzynarodowy Kongres Ekonomii Wartości Open Eyes Economy Summit odbył się w centrum kongresowym ICE Kraków i zgromadził wybitne osobistości ze świata nauki, gospodarki i kultury. Na zaproszenie Fundacji na krakowskie wydarzenie przybył Sugumar Raman, dyrektor operacyjny FLOCERT – jednostki certyfikującej, która przeprowadza audyty i weryfikuje spółdzielnie rolnicze oraz przedsiębiorstwa pod kątem przestrzegania standardów Fairtrade. Podczas spotkania z Sugumarem Ramanem można było dowiedzieć się więcej na temat procesu certyfikacji Fairtrade oraz tego, jak FLOCERT weryfikuje realizację standardów Fairtrade. Najnowsze dane na temat rynku produktów Fairtrade w Polsce przedstawił Michał Bryda-Przybyszewski, nasz PR & Communications Manager. Spotkanie poprowadził Zbigniew Szalbot, członek Zarządu Fundacji Fairtrade Polska. Dzięki współpracy Fundacji z organizatorem Kongresu, udało się zapewnić, by serwowana uczestnikom kawa, herbata, cukier były produktami z certyfikatem Fairtrade.

- Targi mody KiermaSH (17-18.12.2022)

KiermaSH to znana marka krakowskich targów mody i designu. W edycji KiermaSH Zima, dzięki współpracy z firmą Namaqua, stworzyliśmy stoisko z produktami ze znakiem FAIRTRADE takich marek jak Pontiki, Fairpants, Fairsquare. Na stoisku można było również otrzymać nasze materiały informacyjne.

DZIAŁALNOŚĆ EDUKACYJNA

W ramach naszych możliwości wspieramy jednostki edukacyjne, które zapraszają nas na zajęcia w charakterze prelegentek i prelegentów. Tam, gdzie to możliwe, pojawiajemy się osobiście. Jeśli dzieli nas znaczna odległość, łączymy się zdalnie.

- Studia podyplomowe Menedżer CSR (14.05.2022)

Jako partner studiów podyplomowych Menedżer CSR w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu spotkaliśmy się ze studentami na zajęciach, podczas których zaprezentowaliśmy nie tylko system Fairtrade, ale przedstawiliśmy także elementy CSR związane z Fairtrade, które firma może raportować w swojej działalności. W zajęciach wzięli udział zaproszeni przez nas przedstawiciele kilku firm oferujących produkty Fairtrade, dzięki czemu studenci mogli poznać perspektywę praktyków.

- Spotkanie na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (13.06.2022)

W ramach inicjatywy Sustainability Days na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie nasz przedstawiciel wziął udział w pogadance na temat Fairtrade dla grupy studentów.

- Spotkanie z uczniami Liceum Montessori w Krakowie (27.10.2022)

Poprowadziliśmy w siedzibie naszej Fundacji prezentację na temat Fairtrade z poczęstunkiem dla klasy maturalnej Katolickiego Liceum Montessori im. Sprawiedliwych Wśród Narodów Świata w Krakowie.

- Zajęcia ze studentami z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (26.11.2022)

Na zaproszenie Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu przedstawiciele Fundacji zaprezentowali najważniejsze aspekty związane z certyfikacją Fairtrade oraz korzyściami, które oferuje rolnikom i pracownikom najemnym. Ponadto na nasze zaproszenie w zajęciach wzięli udział przedstawiciele firm oferujących produkty Fairtrade. Agnieszka Bińkowska ze Szczypty Świata, twórczyni marki Pizca del Mundo, opowiedziała o swoich doświadczeniach we współpracy z rolnikami Fairtrade. Paweł Biały z firmy Texet, oferującej firmom ubrania z bawełny Fairtrade marki Cottover, opowiedział o ideach Sprawiedliwego Handlu, które przyświecają firmie.

INNE CIEKAWY WYDARZENIA WSPARTE PRZEZ NASZĄ FUNDACJĘ

Staramy się wykorzystywać każdą okazję do docierania do społeczeństwa z informacją o Sprawiedliwym Handlu. Dlatego wspieramy najciekawsze wydarzenia organizowane przez inne podmioty, dostarczając materiały o Fairtrade oraz produkty z certyfikatem Fairtrade. Nasi partnerzy, przyjmując takie wsparcie i dystrybuując je wśród uczestników (oczywiście nieodpłatnie) wyrażają swe zaangażowanie w ideę Sprawiedliwego Handlu. W zeszłym roku wsparliśmy w ten sposób kilkanaście wybranych przez nas wydarzeń. Poniżej opis kilku z nich.

- Charytatywna zumba (27.03.2022)

Celem wydarzenia była zbiórka funduszy na rzecz osób z Zespołem Downa – podopiecznych Fundacji SZANSA ze Świętochłowic. W związku z wybuchem pełnoskalowej wojny w Ukrainie organizatorzy przeznaczili połowę zebranych środków na pomoc uchodźcom.

- Dzień Fair Trade w Zespole Szkół Nr 31 im. Jana Kilińskiego w Warszawie (13.05.2022)

W ww. Szkole zorganizowano Dzień Fair Trade. Podczas pikniku uczniowie i uczennice mieli okazję dowiedzieć się, czym jest Sprawiedliwy Handel. Odbył się też turniej podbijania piłki „Fair Trade Football”.

- Fairtrade w klubie sportowym Bór Oborniki Śląskie (25.06.2022)

Podopieczni ww. klubu, w którym trenuje około 120 dzieci, z okazji zakończenia sezonu letniego wzięli udział w pogadance nt. idei Sprawiedliwego Handlu, której towarzyszył konkurs o tematyce Fairtrade, z certyfikowanymi piłkami jako nagrodami.

- Kawiarenka Fairtrade „Czarne Złoto” w Szkole Podstawowej nr 35 im. Polskich Olimpijczyków w Toruniu (21.11.2022)

Pod koniec listopada ww. Szkoła zorganizowała wydarzenie o nazwie Kawiarenka Fairtrade „Czarne Złoto” dla uczniów i ich rodziców, nauczycieli, gości i przedstawicieli władz Torunia. W trakcie tego wydarzenia mówiono o tym, czym jest Sprawiedliwy Handel oraz zapewniono dostępność szerokiej gamy produktów z certyfikatem Fairtrade.

INNE WYDARZENIA W FUNDACJI

- Szkolenie z zasad udzielania pierwszej pomocy (13.10.2022)

Podczas jednego z kwartalnych spotkań całego naszego zespołu odbyło się szkolenie z zasad udzielania pierwszej pomocy w systemie Emergency First Response, poprowadzone przez wykwalifikowaną ratowniczkę medyczną. Członkowie zespołu Fundacji poznali najnowsze wytyczne i zasady udzielania pierwszej pomocy, doskonalili technikę resuscytacji oraz poznali obsługę defibrylatora AED.

- Spotkanie z Dieterem Overathem (14.11.2022)

Dieter Overath to jeden z pionierów ruchu Sprawiedliwego Handlu, założyciel Fairtrade Deutschland i jej wieloletni dyrektor. 14.11.2022 – na nasze zaproszenie – Dieter spotkał się z nami oraz z personelem Fairtrade Czech Republic. Dieter dzielił się swoimi praktycznymi doświadczeniami związanymi z tym, jak od 1992 roku rozwijał rynek Fairtrade w Niemczech.

DZIAŁANIA Z MEDIAMI

- Podkasty

Na zaproszenie Lidl Polska wzięliśmy udział w podkście „Dobry temat!” autorstwa Karola Okrasy. Rozmowa dotyczyła tego, czym jest Fairtrade, jak działa i jak konsumenci mogą poprzez odpowiedzialne wybory wspierać tworzenie bardziej zrównoważonego świata.

- Wywiady radiowo-telewizyjne

W 2022 roku udzieliliśmy łącznie 23 wywiadów w mediach, zdecydowanie największym zainteresowaniem mediów cieszył się

temat sytuacji rolników oraz pracowników najemnych uprawiających kakao. Było to pokłosie wystąpienia informacji prasowej zatytułowanej „Słodko-gorzkie tajemnice branży czekoladowej”. Pisaliśmy o tym, że aż 60% ziaren kakao na światowym rynku pochodzi z Ghany i Wybrzeża Kości Słoniowej. Jest tam wystarczająco gorąco i wilgotno, by ziarna mogły się rozwijać. Uprawa kakao to źródło utrzymania dla 5,5 miliona rolników i około 40 milionów zatrudnionych na plantacjach pracowników najemnych (za Fairtrade Foundation).

- Media społecznościowe

Jesteśmy obecni w następujących mediach społecznościowych:

Facebook – 28 632 obserwujących

Instagram – 3 009 obserwujących

Twitter – 466 obserwujących

YouTube – 384 obserwujących

W zeszłym roku nasze posty tylko na platformach Facebook oraz Instagram dotarły łącznie do 5 232 496 użytkowników. Oprócz tego odnotowaliśmy 299 943 odsłon naszej strony internetowej www.fairtrade.org.pl. Nasza baza mailingowa liczyła 5 517 odbiorców.

NOWE MATERIAŁY

W okresie sprawozdawczym przygotowaliśmy następujące nowe materiały merytoryczne lub promujące Fairtrade i Sprawiedliwy Handel:

- Raport w języku angielskim: Fairtrade Polska 2021 in Review (ENG)

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/fairtrade-polska-2021-in-review-eng/>

- Raport w języku polskim: Fairtrade Polska Raport 2021

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/raport-fairtrade-polska-2021/>

- Wybieraj Fairtrade (Miesiąc Fairtrade 2022, plakat)

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/wybieraj-fairtrade-miesiac-fairtrade-2022/>

- Komiks o Fairtrade

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/komiks-o-fairtrade/>

- Ulotka na temat bananów

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/informacje-o-bananach-fairtrade/>

- Ulotka na temat cukru

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/informacje-o-cukrze-fairtrade/>

- Ulotka na temat kakao

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/informacje-o-kakao-fairtrade/>

- Ulotka na temat kawy

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/informacje-o-kawie-fairtrade/>

- Ulotka na temat kwiatów

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/informacje-o-kwiatach-fairtrade/>

- Ulotka składana na stolik (table talker) – Cukier

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/ulotka-skladana-na-stolik-table-talker-cukier/>

- Ulotka składana na stolik (table talker) – Herbata

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/ulotka-skladana-na-stolik-table-talker-herbata/>

- Ulotka składana na stolik (table talker) – Kawa

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/ulotka-skladana-na-stolik-table-talker-kawa/>

- Banner w języku rumuńskim: Alege produse cu semnul Fairtrade (alb, niveluri)

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/banner-alege-produse-cu-semnul-fairtrade-alb-niveluri/>

- Banner w języku rumuńskim: Alege produse cu semnul Fairtrade (alb, vertical)

Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/banner-alege-produse-cu-semnul-fairtrade-alb-vertical/>

- Banner w języku rumuńskim: Alege produse cu semnul Fairtrade (negru, niveluri)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/banner-alege-produse-cu-semnul-fairtrade-negru-niveluri/>

- Banner w języku rumuńskim: Alege produse cu semnul Fairtrade (negru, vertical)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/banner-alege-produse-cu-semnul-fairtrade-negru-vertical/>

MATERIAŁY ZAKTUALIZOWANE/DODRUKOWANE

W okresie sprawozdawczym zostały zaktualizowane i dodrukowane następujące materiały:

- Co to jest Fairtrade? (ulotka)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/czym-jest-fairtrade/>

- Dlaczego warto wybierać Fairtrade? (plakat)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/dlaczego-warto-wyberac-fairtrade-plakat/>

- Dlaczego warto wybierać Fairtrade? (ulotka)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/dlaczego-warto-wyberac-fairtrade-ulotka/>

- Wybieraj produkty ze znakiem Fairtrade (naklejka pionowa)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/pytaj-o-produkty-ze-znakiem-fairtrade-czarne-tlo-pionowa-2/>

- Wybieraj produkty ze znakiem Fairtrade (naklejka pozioma)
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/pytaj-o-produkty-ze-znakiem-fairtrade-czarne-tlo-pionowa/>

- Zakładka do książek
Więcej: <https://www.fairtrade.org.pl/material/zakladka-do-ksiazek/>

Wszystkie ww. materiały są dostępne nieodpłatnie na naszej stronie <https://www.fairtrade.org.pl/materiały-dla-ciebie>. Każdy chcący je wykorzystać, wspierać Fairtrade może je pobrać i rozpowszechnić.

FILM WIDEO NA YOUTUBE

Spolszczyliśmy opracowany przez Fairtrade International krótki film dokumentalny „Rolnicy na pierwszej linii frontu” nt. tego jak rolnicy z globalnego Południa doświadczają negatywnych skutków zmian klimatu i jak sobie z nimi radzą. Polską wersję zamieściliśmy na naszym kanale YouTube: www.youtube.com/fairtradepolska

Zmiany klimatu budzą coraz większy niepokój rolników z globalnego Południa. To właśnie oni są najbardziej narażeni na negatywne skutki tego zjawiska, choć w najmniejszym stopniu przyczyniają się do jego powstawania. Fairtrade prowadzi działania, które minimalizują negatywne skutki degradacji środowiska naturalnego – m.in. poprzez promowanie ekologicznych upraw oraz edukację rolników w zakresie przystosowywania się do wyzwań związanych ze zmieniającym się klimatem.

WYSZUKIWARKA PRODUKTÓW ZE ZNAKIEM FAIRTRADE

Na stronie www.fairtrade.org.pl/produkty znajduje się wyszukiwarka dostępnych w Polsce produktów z certyfikatem Fairtrade, które zostały zgłoszone przez poszczególne firmy działające w systemie Fairtrade. Jest to narzędzie ułatwiające zapoznanie się z różnymi produktami Fairtrade w celu podnoszenia świadomości konsumentów w zakresie Sprawiedliwego Handlu.

KONSULTACJE DLA FIRM

Nieodpłatnie pomagamy firmom zainteresowanym uzyskaniem certyfikacji Fairtrade oraz licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE, w przystępny sposób objaśniając poszczególne aspekty systemu Fairtrade. W 2022 roku przeprowadziliśmy tego typu nieodpłatne konsultacje dla siedmiu firm.

1.2. Zasięg terytorialny prowadzonej przez organizację działalności pożytku publicznego

(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)

- | | |
|---|--|
| <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 checked="" type="checkbox"/> poza granicami kraju |
| <input type="checkbox"/> kilka powiatów | |

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

2.1. Liczba odbiorców działań organizacji		Osoby fizyczne	5532439	
<i>(Należy oszacować liczbę odbiorców działań organizacji w okresie sprawozdawczym, w podziale na osoby fizyczne i osoby prawne)</i>		Osoby prawne	282	
2.2. Informacje na temat odbiorców innych, niż wymienieni w pkt 2.1, na rzecz których działała organizacja <i>(Np. zwierzęta, zabytki)</i>	Urzędy Miast w Gdańsku, Poznaniu, Jeleniej Górze, Obornikach Śląskich			
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. <i>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</i>				
Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1% 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 wynagrodzeń 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 na temat Fairtrade służących do promocji produktów (w tym sfinansowane z 1% table talkery – składane ulotki na stoliki nt. produktów z certyfikatem Fairtrade: cukier, herbata, kawa).	94.99.Z	308,90 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 poprzez: wszystkie działania Fundacji, w szczególności działania zwiększające świadomość w jaki sposób system certyfikacyjny realizuje zasady Sprawiedliwego Handlu, oraz 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	0,00 zł

4. Informacja dotycząca działalności odpłatnej pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

4.1. Organizacja prowadziła działalność odpłatną pożytku publicznego	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> 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 odpowiadające(-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% podatku dochodowego od osób fizycznych
-----	--	------------------------	------------------	---

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. 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)		2 274 507,91 zł
a) przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego		2 236 395,87 zł
b) przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego		0,00 zł
c) przychody z działalności gospodarczej		0,00 zł
d) przychody finansowe		38 092,11 zł
e) pozostałe przychody		19,93 zł
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji		
2.1. Przychody z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych		308,90 zł
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:		0,00 zł
w tym:	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:		2 236 086,97 zł
w tym:	a) ze składek członkowskich	0,00 zł
	b) z darowizn od osób fizycznych	480,00 zł
	c) z darowizn od osób prawnych	2 235 606,97 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		38 112,04 zł
3. Informacje o kosztach poniesionych z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym		
3.1. Stan środków pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na pierwszy dzień roku sprawozdawczego		0,00 zł
3.2. Wysokość kwoty poniesionych kosztów z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym ogółem		308,90 zł
3.3. Działania, w ramach których poniesiono koszty ze środków pochodzących 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	Druk ulotek składanych na stolik (table talkerów) nt. produktów z certyfikatem Fairtrade: cukier, herbata, kawa.	308,90 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% podatku dochodowego w okresie sprawozdawczym wraz z kwotą kosztów		
4. Informacje o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym		W tym: wysokość kosztów finansowana z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych
4.1. Koszty organizacji w okresie sprawozdawczym ogółem:		Koszty ogółem: 2 082 290,79 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego		2 073 799,22 zł
b) koszty z tytułu prowadzenia odpłatnej działalności pożytku publicznego		0,00 zł
c) koszty z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej		0,00 zł
d) koszty finansowe		6 862,02 zł
e) koszty administracyjne		0,00 zł
f) pozostałe koszty ogółem		1 629,55 zł
4.2. Koszty kampanii informacyjnej lub reklamowej związanej z pozyskiwaniem 1% podatku dochodowego od osób fizycznych		2,00 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		162 596,65 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

<p>1. Organizacja korzystała z następujących zwolnień</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji. W przypadku zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych - podać dodatkowo kwotę)</i></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> z podatku dochodowego od osób prawnych 17 250,00 zł</p> <p><input type="checkbox"/> z podatku od nieruchomości</p> <p><input type="checkbox"/> z podatku od czynności cywilnoprawnych</p> <p><input type="checkbox"/> z podatku od towarów i usług</p> <p><input type="checkbox"/> z opłaty skarbowej</p> <p><input type="checkbox"/> z opłat sądowych</p> <p><input type="checkbox"/> z innych zwolnień, jakich:</p> <p><input type="checkbox"/> nie korzystała</p>
--	---

<p>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.</p>	<p><input type="radio"/> Tak</p> <p><input checked="" type="radio"/> Nie</p>
--	--

<p>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:</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)</i></p>	<p><input type="checkbox"/> własność</p> <p><input type="checkbox"/> użytkowanie wieczyste</p> <p><input type="checkbox"/> najem</p> <p><input type="checkbox"/> użytkowanie</p> <p><input type="checkbox"/> użyczenie</p> <p><input type="checkbox"/> dzierżawa</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> nie korzystała</p>
---	--

V. Personel organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Pracownicy oraz osoby zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej

<p>1.1. Liczba osób zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy <i>(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)</i></p>	1 osób
---	--------

<p>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. 0,50 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)</i></p>	0,75 etatów
---	-------------

<p>1.3. Liczba osób w organizacji świadczących usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej <i>(Jeżeli kilka umów cywilnoprawnych było wykonywanych przez jedną osobę, to dana osoba powinna być policzona tylko raz)</i></p>	14 osób
---	---------

2. Członkowie

<p>2.1. Organizacja posiada członków</p>	<p><input type="radio"/> Tak</p> <p><input checked="" type="radio"/> Nie</p>
--	--

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 <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>		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 <u>przez okres 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>		2 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	1 osób
	b) inne osoby	1 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>		2 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	2 osób
	b) inne osoby	0 osób
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1. Łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		982 365,53 zł
w tym:	a) z tytułu umów o pracę	83 303,51 zł
	- wynagrodzenie zasadnicze	83 303,51 zł
	- nagrody	0,00 zł
	- premie	0,00 zł
	- inne świadczenia	0,00 zł
b) z tytułu umów cywilnoprawnych	899 062,02 zł	
2. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		982 365,53 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	0,00 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	982 365,53 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 <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) 3. podzielić przez liczbę członków zarządu)</i>		4 096,67 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>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		640,00 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>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		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 <i>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		4 990,10 zł

8. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	12 400,00 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	877,36 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	15 899,99 zł
12. Dodatkowe uwagi dotyczące wynagrodzeń <i>(Można wpisać informacje dotyczące wynagrodzeń, o których mowa w pkt 1-11, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)</i>	Zatrudniono łącznie 15 współpracowników (w tym jeden na umowę o pracę), w tym 8 kobiet. Stawka godzinowa osób zatrudnionych na umowy długoterminowe wahała się w granicach 75,00 – 80,00 zł brutto. Natomiast stawki godzinowe dla osób okazjonalnie współpracujących wynosiła od 37,50 zł do 333,00 zł brutto. Dodatkowo zgodnie z uchwałą Rady Fundacji członkowie Komisji Kontroli mieli wypłacane symboliczne wynagrodzenie, nie przekraczające 840,00 zł brutto miesięcznie.

VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożyczkach 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 pożyczki 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 <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

IX. Informacja dotycząca realizowanych przez organizację pożyczek 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	<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	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 organizacji przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym					
Lp	Organ kontrolujący				Liczba kontroli
1	Zakład Ubezpieczeń Społecznych				1
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				<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>					
Fundacja "Koalicja Sprawiedliwego Handlu" - Fairtrade Polska jest organizacją współpracującą na terenie Polski z Fairtrade Labelling Organizations International e.V., którego celem podstawowym jest realizowanie i promowanie idei Sprawiedliwego Handlu 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 środków dla 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	2023-06-30