

Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego	Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego			
	za rok 2024			
- 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		2025-06-27		
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 <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

9. Cele statutowe organizacji <i>(Należy opisać cele na podstawie statutu organizacji)</i>	Fundacja została powołana w celu: 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.
10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji <i>(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)</i>	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. Prowadzenie 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, 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 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 podstawowy cel rozwój i upowszechnianie Sprawiedliwego Handlu, jest organizacją wspierającą rozwój ww. systemu 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 artykuł prasowy na temat sytuacji rolników uprawiających kakao, które jest podstawowym surowcem do produkcji czekolady. Wyjaśniliśmy, dlaczego mierzymy się ze znacznym wzrostem cen kakao na światowych rynkach oraz zwróciliśmy uwagę, że drobni rolnicy nie korzystają z wyższych cen surowca. Wzbudziliśmy duże zainteresowanie ze strony mediów, co przełożyło się na 58 publikacji na portalach online oraz emisję wypowiedzi przedstawiciela Fundacji Fairtrade Polska w 16 stacjach radiowych.

Jak wynika z naszych danych, od 2015 roku do kwietnia 2024 sprzedano w Polsce ponad 100 milionów tabliczek czekolady z certyfikatem Fairtrade. W związku z tym przy okazji świętowania Dnia Czekolady na naszej stronie:

<https://www.fairtrade.org.pl/100-milionow-tabliczek-czekolady> uruchomiliśmy licznik czekolad, który na bieżąco pokazuje szacunkową liczbę sprzedanych tabliczek certyfikowanej czekolady.

Lista wybranych publikacji:

12.04.2024 r. – <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Czekolada-tylko-od-swiet-Kakao-jak-zloto-podrozalo-w-ekspresowym-tempie-8727268.html>

12.04.2024 r. – <http://dziennikbaltycki.pl/czy-grozi-nam-swiat-bez-czekolady-gorzkie-prognozy-w-dniu-czekolady/ar/1-18454355>

12.04.2024 r. – Polskie Radio Program 3, audycja ZAPRASZAMY DO TRÓJKI

12.04.2024 r. – <http://biznes.wprost.pl/firmy-i-rynki/11653228/ekspertka-czekolada-moze-sie-stac-towarem-luksusowym.html>

12.04.2024 r. – <http://www.dlahandlu.pl/raporty-i-analizy/polacy-uwiελbiaja-czekolade-wkrotce-moze-stac-sie-towarem-deficytowym,145534.html>

12.04.2024 r. – <http://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/trendy-konsumenckie/polacy-ja-uwiελbiaja-wkrotce-moze-stac-sie-towarem-deficytowym,145534.html>

12.04.2024 r. – <http://www.ekologia.pl/wiadomosci/czy-to-koniec-czekolady-eksperci-przedstawiaja-gorzkie-prognozy-w-dniu-czekolady>

12.04.2024 r. – <http://www.portalspozywczy.pl/slodycze-przekaski/wiadomosci/czy-grozi-nam-swiat-bez-czekolady-gorzkie-prognozy-w-dniu-czekolady252672.html>

12.04.2024 r. – <http://www.wiadomoscihandlowe.pl/raporty-i-analizy-rynkowe/czekolada-zniknie-ze-sklepowych-polek-ziarna-kakao-zamkniemy-w-sejfach-2507845>

11.04.2024 r. – <http://filarybiznesu.pl/gospodarka/rolnictwo/czeka-nas-swiat-bez-czekolady/24239>

14.04.2024 r. – <http://agronews.com.pl/arttykul/kakao-podrozalo-w-ekspresowym-tempie-czekolada-moze-sie-stac-towarem-luksusowym/>

10.04.2024 r. – <http://publicystyka.ngo.pl/alarmujaca-sytuacja-upraw-kakao>

10.04.2024 r. – <http://publicystyka.ngo.pl/czy-grozi-nam-swiat-bez-czekolady-gorzkie-prognozy-w-dniu-czekolady>

2. KAMPANIA MIESIĄC FAIRTRADE (10.05-10.06)

Celem kampanii Miesiąc Fairtrade jest promowanie idei Sprawiedliwego Handlu oraz systemu etycznej certyfikacji Fairtrade w Polsce. Miesiąc Fairtrade 2024 odbywał się pod hasłem „Wybieraj Fairtrade – dla ludzi, dla planety”. W ten sposób chcieliśmy podkreślić, że wybierając certyfikowane produkty, wspieramy społeczności rolnicze w krajach globalnego Południa oraz dbamy o środowisko naturalne.

Łącznie w trakcie trwania Miesiąca Fairtrade 2024 udało nam się dotrzeć do niemal 1,6 miliona użytkowników mediów społecznościowych. Naszą stronę internetową odwiedziło w tym czasie ponad 18 000 osób. Byliśmy obecni także w mediach i prasie, udzielając wywiadu w TVP 3 oraz publikując informacje prasowe na portalach branżowych oraz informacyjnych (łącznie uzyskaliśmy 12 publikacji).

W naszych działaniach wsparło nas 6 osób prowadzących na Instagramie profile posiadające łącznie ponad 280 000 obserwujących.

____ 2.A. Konferencja online (10.05)

Kampanię Miesiąc Fairtrade rozpoczęliśmy 10 maja – w przeddzień Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu. Zorganizowaliśmy konferencję online, na którą zarejestrowało się 96 osób, a na żywo były z nami 55 osób. Podczas konferencji przedstawiliśmy najważniejsze punkty obchodów Miesiąca Fairtrade oraz zaprezentowaliśmy dane z rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce, zawarte w naszym Raporcie za rok 2023. Gościem specjalnym konferencji był Felix Tetteh, rolnik z Ghany uprawiający kakao, który opowiedział o tym jakie wyzwania stoją przed rolnikami oraz co daje im uczestnictwo w systemie Fairtrade.

___ 2.B. Podpisanie Karty Praw Dziecka w Biznesie (21.05)

W maju oficjalnie złożyliśmy podpis na Karcie Praw Dziecka w Biznesie, powołanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu we współpracy z firmami i organizacjami społecznymi, tym samym włączając się w inicjatywę promowania praw dziecka oraz działania na rzecz ochrony nieletnich w łańcuchach wartości.

Podpisanie Karty Praw Dziecka w Biznesie odbyło się 21 maja podczas gali zakończenia Miesiąca Różnorodności. Karta Praw Dziecka w Biznesie ma zachęcić biznes do konkretnych działań na rzecz ochrony praw dziecka w całym łańcuchu wartości przedsiębiorstw.

___ 2.C. Konferencja w ramach Forum Odpowiedzialnego Biznesu (6.06)

Wspólnie ze Stowarzyszeniem Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz firmą Lyreco Polska poprowadziliśmy webinarium pt. „Rola certyfikacji Fairtrade w strategii ESG przedsiębiorstw”. Podczas spotkania opowiedzieliśmy, czym jest certyfikacja Fairtrade i w jaki sposób ten temat wiąże się z wymogami wskazanymi w regulacjach takich jak Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) i Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD). Poruszyliśmy także temat przeciwdziałania wylesianiu m.in. w kontekście rozporządzenia EUDR. Wydarzenie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem ze strony firm, a także mediów. Na wydarzenie zarejestrowało się 195 osób, a na żywo były z nami 132 osoby.

___ 2.D. Loteria paragonowa (10.05-10.06)

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. Została ona zorganizowana we współpracy z agencją Nofsza.

W Loterii można było wygrać 10 ekspresów do kawy wraz z zapasem różnych kaw z certyfikatem Fairtrade oraz 50 zestawów certyfikowanych produktów. 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.

Otrzymaliśmy 3071 zgłoszeń, spośród których zostało wylosowanych 50 zwycięzców.

Loteria była promowana w kanałach cyfrowych (media społecznościowe, kampanie e-mail, reklamy banerowe) oraz bezpośrednio w punktach sprzedaży.

___ 2.E. Działania medialne

W trakcie Miesiąca Fairtrade, wspólnie z naszymi partnerami, publikowaliśmy w mediach informacje prasowe nt. Miesiąca Fairtrade 2024, Raportu Fairtrade Polska za r.2023 i danych nt. premii Fairtrade wygenerowanej przez zakupy certyfikowanych produktów w Polsce.

Lista wybranych publikacji:

23.05.2024 r. – <https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/trendy-konsumenckie/z-tym-znaczkciem-sprzedaje-sie-w-polsce47-5-mln-czekolad-rocznie,146851.html>

23.05.2024 r. – <https://www.handelextra.pl/handel/detal/etyczny-biznes-czy-rynek-fairtrade-przestaje-byc-niszowy273172>

27.05.2024 r. – <https://biznes.newseria.pl/biuro-prasowe/ponad-97-mln-zl-premii,b357211171>

31.05.2024 r. – <https://www.kierunekspozywczy.pl/arttykul,104728,ponad-97-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-odpowiedzialnym-zakupom.html>

29.05.2024 r. – <http://esgimpulse.com/rosnie-wartosc-rynku-fairtrade-polacy-kupuja-certyfikowane-produkty>

22.05.2024 r. – <https://poradnik-zdrowia.pl/arttykul/ponad-9-7-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom,170870.html>

23.05.2024 r. – <http://esgtrends.pl/rosnie-wartosc-rynku-fairtrade-polacy-chca-kupowac-certyfikowane-produkty>

22.05.2024 r. – <https://centrumpr.pl/artykul/ponad9-7-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom,170866.html>

22.05.2024 r. – <https://archnews.pl/artykul/ponad9-7-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom,170869.html>

21.05.2024 r. – <https://ecoekonomia.pl/2024/05/21/ponad-97-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom>

22.05.2024 r. – <https://news.kafito.pl/artykul/ponad9-7-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom,170871.html>

22.05.2024 r. – <https://zywnosciowy.poradnik-zdrowia.pl/artykul/ponad9-7-mln-zl-premii-fairtrade-dla-rolnikow-dzieki-naszym-odpowiedzialnym-zakupom,170872.html>

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 planety. Temat sytuacji na rynku kawy wzbudził duże zainteresowanie ze strony mediów, przez co udało nam się uzyskać 86 publikacji w mediach lokalnych i ogólnopolskich.

Lista wybranych publikacji:

29.09.2024 r. – <https://www.onet.pl/biznes/esginfo/klimat-nie-sprzyja-kawie-bez-fairtrade-byloby-ciezko/dvyyv18r,30bc1058>

29.09.2024 r. – https://biznes.interia.pl/gospodarka/news-bedzie-trudniej-o-kupno-kawy-to-wynik-unijnych-przepisow-ws-,nld,7825026#google_vignette

29.09.2024 r. – <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Kawa-bedzie-coraz-drozsza-Susze-poglebiaja-trudna-sytuacje-rolnikow-8819554.html>

28.09.2024 r. – <https://expressilustrowany.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://pomorska.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://i.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://gk24.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://poranny.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://gp24.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://dzienniklodzki.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://strefabiznesu.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://dziennikpolski24.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://wspolczesna.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

28.09.2024 r. – <https://gazetakrakowska.pl/przez-zmiany-klimatu-bedziemy-pic-mniej-kawy-trudna-sytuacja-rolnikow/ar/8-18838433>

4. KAMPANIA NA RZECZ PRODUKTÓW CERTYFIKOWANYCH (26.11)

Sieć handlowa Biedronka, będąca częścią Grupy Jeronimo Martins Polska, opublikowała Raport zrównoważonego rozwoju za 2023 rok, w którym podano liczbę produktów świeżych i produktów marki własnej z certyfikatem zrównoważonego rozwoju. W przypadku asortymentu spożywczego z roku na rok liczba takich produktów wyraźnie spada. W związku z tym wspólnie z 13 organizacjami pozarządowymi wystosowaliśmy apel do sieci Biedronka, aby ten popularny dyskont nie wycofywał z oferty certyfikowanych produktów spożywczych. Biedronka jako największy detalista w naszym kraju ma również największy wpływ na to, co kupuje i spożywa znaczna część mieszkańców i mieszkańek naszego kraju. Dlatego też postanowiliśmy zaapelować, by konsumenci w Polsce mieli dostęp do żywności, która jest produkowana w sposób bardziej zrównoważony.

5. KAMPANIA „KALENDARZ ADWENTOWY FAIRTRADE” (1-24.12)

W grudniu realizowaliśmy Loterię edukacyjną pn. Kalendarz Adwentowy Fairtrade. Jest to zabawa, 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. Loteria została zorganizowana we współpracy z agencją Nofsza. W czasie trwania loterii otrzymaliśmy łącznie 44 567 zgłoszeń. Naszą stronę internetową odwiedziło 32 tys. osób, uzyskaliśmy ponad 140 tys. wyświetleń naszych serwisów. Kampania w mediach społecznościowych uzyskała blisko 1,5 mln 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>.

6. 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 działa w szkołach, uczelniach, miastach, miejscach pracy, wspólnotach wyznaniowych (religijnych), jednostkach harcerskich, przedszkolach, które mogą uzyskać tytuł np. Szkoła/Uczelnia/Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu.

___ 6.A. Przyznanie tytułu Uczelni Przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu dla

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Filii w Jeleniej Górze (7.03).

Jest to druga uczelnia w Polsce (po Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie) i pierwsza na Dolnym Śląsku, która może poszczycić się takim dyplomem. Uroczyste nadanie tytułu odbyło się 7 marca 2024 r.

Uzyskanie tytułu dla jeleniogórskiej filii Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu było możliwe dzięki zaangażowaniu całej społeczności akademickiej. Koordynatorką projektu ze strony uczelni jest dr Sabina Zaremba-Warneke. Dyplom wręczyła Monika Onyszkiewicz, członkini Rady Fundacji Fairtrade Polska podczas spotkania z władzami uczelni, pracownikami, studentami i lokalnymi aktywistami. Nadanie tytułu jest potwierdzeniem działań na rzecz promowania odpowiedzialnych postaw konsumenckich oraz szerzenia idei uczciwości w handlu, troski o prawa człowieka i ochronę środowiska.

Jelenia Góra ma nie tylko uczelnię wspierającą Sprawiedliwy Handel, ale jest także Miastem Przyjaznym dla Sprawiedliwego Handlu. Koordynatorką projektu w uzyskaniu tytułu przez miasto Jelenia Góra jest Elżbieta Wardała, która również przyczyniła się do otrzymania podobnego dyplomu przez filię wrocławskiego uniwersytetu.

___ 6.B. Zajęcia online ze studentami na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (23.04)

Poprowadziliśmy zajęcia online ze studentami I roku Ekonomii na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie w ramach prowadzonego przedmiotu Międzynarodowe stosunki gospodarcze. W wykładzie uczestniczyło ok. 120 osób.

Poruszyliśmy tematykę aktualnej sytuacji na rynku kakao oraz przybliżyliśmy perspektywę rolników uprawiających kakao w Ghanie i Wybrzeżu Kości Słoniowej. Omówiliśmy także najważniejsze kwestie dotyczące funkcjonowania systemu Fairtrade. Studenci wysłuchali wykładu z zaangażowaniem i mieli sporo pytań, co świadczy o dużym zainteresowaniu tematyką Sprawiedliwego Handlu.

___ 6.C. Webinar o Fairtrade na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu (28.05)

Na zaproszenie dr Magdaleny Śliwińskiej z Katedry Europeistyki Instytutu Gospodarki Międzynarodowej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu przeprowadziliśmy webinarium na temat Fairtrade, wyjaśniając czym jest Sprawiedliwy Handel, w

tym system certyfikacji Fairtrade, dlaczego jest potrzebny, jak działa oraz jaki ma wpływ na rolników i pracowników. W zajęciach uczestniczyło ok. 30 studentek i studentów.

___ 6.D. Przyznanie tytułu Uczelni Przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

W 2024 r. w gronie Społeczności Przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu powitaliśmy kolejną polską uczelnię, czyli Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu. Aktywiści i aktywistki ze Studenckiego Koła Naukowego Zrównoważonego Biznesu „Trade Fair” nie tylko zainicjowali proces ubiegania się o ten tytuł, ale również przez kilka lat z dużym zaangażowaniem podejmowali różne działania w celu spełnienia wszystkich wymaganych kryteriów. Za prace komitetu koordynującego uzyskanie tytułu odpowiadała dr hab. Magdalena Śliwińska. W grudniu wzięliśmy udział w konferencji naukowej, w trakcie której na ręce prof. dr hab. Barbary Jankowskiej wręczono dyplom „Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”.

7. PROJEKT NOPLANETB

NOPLANETB to projekt finansowany przez Komisję Europejską w ramach programu DEAR, którego częścią jest Fundacja Fairtrade Polska. W projekcie biorą udział także organizacje z Włoch (lider), Portugalii, Hiszpanii, Francji, Niemiec, Węgier i Estonii, tworząc silne i zróżnicowane konsorcjum. Projekt przewidziany jest na lata 2024-2027.

Celem NOPLANETB jest wsparcie 210 małych organizacji społeczeństwa obywatelskiego w ośmiu krajach UE. Projekt ma na celu promowanie lokalnych działań, które łagodzą skutki kryzysu klimatycznego oraz ekologicznego, z szczególnym uwzględnieniem wpływu na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę.

W ramach projektu realizowane będą trzy kluczowe komponenty:

A) Wsparcie finansowe – które przyznawane będzie w otwartych naborach ogłaszanych przez partnerów.

B) Szkolenia – rozwijanie umiejętności i wiedzy organizacji społeczeństwa obywatelskiego, co pozwoli na skuteczne realizowanie przyszłych projektów.

C) Tworzenie sieci kontaktów i rozpowszechnianie wyników – strategia komunikacyjna, która angażować będzie kluczowe grupy interesariuszy, tak aby wyniki projektu dotarły do jak najszerszej grupy odbiorców.

Rok 2024 konsorcjum projektowe poświęciło głównie na opracowanie ram formalnych, logistycznych i merytorycznych tych działań.

W listopadzie 2024 r. Fundacja Fairtrade Polska ogłosiła pierwszy nabór na wsparcie finansowe. 10 organizacji z całej Polski zgłosiło swe wnioski o dotacje. W wyniku ewaluacji przyznano 3 dotacje. Będą one realizowane w roku 2025.

Więcej o projekcie: <https://www.fairtrade.org.pl/zaangazuj-sie/projekt-noplanetb>

8. TYDZIEŃ EDUKACJI GLOBALNEJ (13-19.11)

Tydzień Edukacji Globalnej (TEG) to ogólnoświatowa kampania realizowana przez Centrum Północ-Południe Rady Europy i Sieć Edukacji Globalnej, która co roku odbywa się w listopadzie. Jej celem jest podnoszenie świadomości nt. edukacji globalnej jako narzędzia budowania solidarności społecznej oraz przyczynianie się do bardziej zrównoważonego, pokojowego i sprawiedliwego świata. W 2024 r. hasło TEG brzmiało „DziałajMY dla Planety”.

Wspieramy prowadzone w ramach TEG działania szkół, uczelni i innych jednostek edukacyjnych (zwłaszcza już uczestniczących w ww. kampanii Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu).

___ 8.A. Prezentacja o Sprawiedliwym Handlu dla Zespołu Szkół Technicznych i Ogólnokształcących Nr 2 (20.11)

Przedstawicielka Rady Fundacji Fairtrade, Dorota Kocurek-Poznańska, opowiedziała o korzyściach wynikających z wyboru produktów pochodzących ze Sprawiedliwego Handlu, wspierających zrównoważony rozwój. Podczas prezentacji młodzież dowiedziała się o przyczynach nierówności na świecie oraz o jednym z rozwiązań, jakim jest Sprawiedliwy Handel, w tym system certyfikacyjny Fairtrade.

___ 8.B. Spotkanie z wolontariuszami Brygady Porządkowej (23.11)

Brygada Porządkowa to prowadzony przez Fundację Zwalcz Nudę projekt dofinansowany ze środków Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021-2030. Jest on skierowany do uczniów szkół podstawowych i średnich z aglomeracji warszawskiej, mający na celu edukację ekologiczną oraz naukę efektywnego korzystania z mediów społecznościowych. Młodzi ekoinfluencerzy poprzez media społecznościowe promują wśród rówieśników świadomość ekologiczną, odpowiedzialne postawy oraz praktyczne rozwiązania na rzecz ochrony środowiska.

Fundacja Fairtrade przygotowała dla uczniów interaktywną prezentację edukacyjną na temat Sprawiedliwego Handlu i Fairtrade wraz z informacjami jak można się angażować. Fundacja wysłała torby i bluzy, a także publikacje i zestawy słodczy z certyfikatem Fairtrade.

Uczestnicy otrzymali wyzwanie polegające na nagrywaniu rolek z hasztagiem promujących Fairtrade.

___ 8.C. Opublikowaliśmy na Facebooku dwa posty nt. TEGu:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=959645866197793&set=pb.100064571656194.-2207520000&type=3>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=962333002595746&set=pb.100064571656194.-2207520000&type=3>

___ 8.D. Wysyłka materiałów o Fairtrade zamówionych na TEG

Na prośbę kilku podmiotów wysłaliśmy im nieodpłatnie nasze materiały nt. Fairtrade, aby wesprzeć wydarzenia organizowane z okazji TEG.

9. PROMOCJA FAIRTRADE NA WYDARZENIACH BIZNESOWYCH

___ 9.A. Poland & CEE Retail Summit 2024 (9-10.04)

Fundacja Fairtrade Polska była oficjalnym partnerem dwudniowej konferencji Poland & CEE Retail Summit, która odbyła się w dniach 9-10 kwietnia 2024 r. w Warszawie. Znak certyfikacyjny Fairtrade był eksponowany m.in. na stronie wydarzenia oraz na kilku rollupach w salach konferencyjnych. Według organizatorów w wydarzeniu wzięło udział 2 500 uczestników – przedstawiciele kadry zarządzającej największych sieci handlowych oraz wytwórców z Polski. Przedstawiciel Fundacji był jednym z panelistów części konferencji nazwanej „Angażowanie konsumentów w zrównoważony rozwój: Transformacja dynamiki handlu sieciowego” w ramach Sceny Zrównoważonego Rozwoju. Do panelu, poza reprezentantem Fairtrade Polska, zaproszeni byli przedstawiciele Nestle, Unilever, Upfield oraz L’Oreal, którzy przedstawiali zrealizowane projekty dotyczące zrównoważonego rozwoju.

___ 9.B. Dyskusja panelowa na Europejskim Kongresie Gospodarczym (8.05)

Na zaproszenie Europejskiego Kongresu Gospodarczego przedstawiciel Fundacji wziął udział w panelu zatytułowanym „Odpowiedzialny handel”. Sesja prowadzona była przez redaktor Edytę Kochlewską, a wśród panelistów byli przedstawiciele biznesu (Żabka, Amazon, Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy) oraz organizacji pozarządowych (Polskie Towarzystwo Studiów nad Przyszłością i Fairtrade Polska).

Dyskusja dotyczyła odpowiedzialnych praktyk handlowych, ze szczególnym uwzględnieniem łańcuchów wartości, w tym tych dotyczących globalnego Południa. Wśród poruszonych zagadnień były też wpływ handlu na środowisko, strategię ESG w handlu i całym łańcuchu wartości oraz kształtowanie świadomości konsumentów w Polsce, w tym w ramach działań prowadzonych przez Fundację Fairtrade Polska.

___ 9.C. Forum Ekonomiczne w Karpaczu (3-5.09)

Fundacja Fairtrade Polska była Partnerem Instytucjonalnym XXXIII Forum Ekonomicznego w Karpaczu. Na stronie <https://www.forum-ekonomiczne.pl> organizatorzy zamieścili informacje o działalności Fairtrade Polska wraz z logotypem i linkiem do naszej strony. Fundacja była partnerem wydarzenia „Śniadanie z Lidl”, podczas którego przedstawiciel Fairtrade Polska miał prezentację na temat systemu Fairtrade. W trakcie trwania Forum na stoisku Lidl Polska serwowana była kawa z certyfikatem Fairtrade i były eksponowane produkty Fairtrade będące w ofercie sieci. Na dwóch video-wallach pokazywane były m.in. informacje o współpracy Lidla z Fairtrade i oznaczony był znak certyfikacyjny Fairtrade. Dla odwiedzających strefę Lidl Polska były dostępne materiały edukacyjne w postaci ulotek i tabletalków. W trakcie wydarzenia przedstawiciele Fundacji wręczyli członkowi Zarządu Lidl Polska symboliczną 100 milionową czekoladę jako wyraz uznania za udział sieci Lidl w sprzedaży czekolad z certyfikatem Fairtrade w Polsce od 2016 r.

___ 9.D. Forum Lodowe & Sweet (21-22.11)

Podczas Forum, które odbywało się w Kielcach mieliśmy okazję przedstawić wymagania aktualnych regulacji UE, a także zaprezentować, jak system Fairtrade wspiera rolników w dostosowywaniu się do unijnych regulacji oraz firmy w etycznym pozyskiwaniu surowców. Przedstawiciel Fundacji wygłosił prelekcję pt. „Rynek pod ostrzałem regulacji UE (CSDDD, EUDR). Czy etyczne pozyskiwanie surowców to dobra praktyka czy konieczność”.

10. TARGI I SZKOLENIA

___ 10.A. Targi BioExpo (3-5.10)

Przedstawiciele Fairtrade Polska byli obecni na targach Bioexpo w hali Ptak Warsaw Expo w Nadarzynie. Nasze stoisko znajdowało się w strefie Polskiej Izby Żywności Ekologicznej. Podczas targów wręczyliśmy pamiątkową 100-milionową tabliczkę czekolady oraz dyplom Prezesowi Bio Planet S.A., panu Sylwestrowi Strużynie. To nasze podziękowania za wkład firmy Bio Planet w oferowanie klientom biznesowym produktów z certyfikatem Fairtrade. Na targach stoisko miała też firma Biossom, która od 2024 roku oferuje orzechy nerkowca oraz migdały w przyprawach z certyfikatem Fairtrade.

Ogólnie w raportowanym okresie przedstawiciele Fairtrade Polska pojawili się również na 8 innych imprezach targowych oraz przeprowadzili 21 konsultacji i szkoleń z systemu Fairtrade dla firm.

11. WYDARZENIA PUBLICZNE, KONFERENCJE I INNE SPOTKANIA

___ 11.A. Free Cone Day w Warszawie (16.04)

Dzień bezpłatnych lodów Ben & Jerry's (B&J) to cykliczne międzynarodowe wydarzenie, w ramach którego rozdawane są lody tej marki. Większość lodów B&J ma certyfikat Fairtrade, dlatego podczas wydarzenia nie zabrakło tematyki Sprawiedliwego Handlu.

W raportowanym roku rozdano 20 tysięcy lodów marki B&J, a wydarzenie przyciągnęło kilka tysięcy osób na plac przed Pałacem Kultury i Nauki w Warszawie. Jako partner wydarzenia mieliśmy namiot z materiałami informacyjnymi, w którym uczestnicy mogli dowiedzieć się, co kryje się za znakiem certyfikacyjnym Fairtrade znajdującym się na opakowaniu lodów B&J.

___ 11.B. Konferencja „Targowiska Miejskie” (13.06)

Na zaproszenie Miasta Gdańsk wzięliśmy udział w konferencji „Targowiska Miejskie”, organizowanej przez Miasto Gdańsk w ramach Dni Hanzy. W konferencji udział wzięło ponad 60 samorządowców z całej Polski. Zostaliśmy zaproszeni do wygłoszenia prelekcji w trakcie konferencji. Temat Sprawiedliwego Handlu spotkał się z dużym zainteresowaniem uczestników. Prezentacja została udostępniona wszystkim uczestnikom.

___ 11.C. Spotkanie branży kawowej (20.06)

Przedstawicielka Fairtrade Polska uczestniczyła w spotkaniu branżowym organizowanym przez Ambasadę Brazylii w Polsce. Spotkanie odbyło się w Warszawie w Elektrowni Powiśle. Była to druga edycja spotkań kawowych, podczas których uczestnicy mieli okazję rozmawiać bezpośrednio z przedstawicielami spółdzielni rolniczych, w tym spółdzielni COOMAP, która ma certyfikat Fairtrade.

___ 11.D. Webinarium „Kakao i kawa w świetle EUDR” (22.10)

Webinarium pt.: „Kakao i kawa w świetle EUDR” dotyczący nowego rozporządzenia UE w sprawie zakazu wprowadzania na rynek europejski produktów powodujących wylesianie. Na webinarium zarejestrowało się 125 osób z najważniejszych firm z branży, m.in. sieci handlowych, wiodących palarni kawy, producentów czekolady i wyrobów czekoladowych. Podczas wydarzenia zaprezentowaliśmy wymagania nowych regulacji oraz przedstawiliśmy, jak system Fairtrade może wspierać firmy w pozyskiwaniu surowców nie przyczyniających się do deforestacji.

___ 11.E. Kongres Open Eyes Economy Summit (19-20.11)

Na zaproszenie organizatorów Paolo Pastore z organizacji Fairtrade Italy we Włoszech wziął udział w panelu „Czy zielone inwestycje są wszędzie równie zielone. Doświadczenia z różnych długości geograficznych”. Podczas kongresu serwowano kawę, herbatę i cukier z certyfikatem Fairtrade.

___ 11.F. Konferencja naukowa pt. „Rola oddolnych inicjatyw społeczno-gospodarczych w zrównoważonej transformacji rynkowej” (4.12)

Na zaproszenie dr Magdaleny Śliwińskiej z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu przedstawiciel Fairtrade Polska wziął udział w konferencji naukowej, w trakcie na ręce prof. dr hab. Barbary Jankowskiej wręczono dyplom „Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”.

W panelu zatytułowanym „Rola certyfikatów zrównoważonego rozwoju we współczesnej gospodarce. Przykład Sprawiedliwego Handlu” udział wzięli:

- dr Karolina Adamska-Woźniak, dyrektorka zarządzająca Forum Odpowiedzialnego Biznesu

- dr hab. Barbara Borusiak, prof. UEP, kierownik Katedry Handlu i Marketingu
- Tadeusz Makulski, prezes Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu
- dr hab. Magdalena Stefańska, prof. UEP, kierownik Katedry Zarządzania Strategicznego
- Magdalena Staniszevska, prezes zarządu i właścicielka Biossom
- Zbigniew Szalbot, członek Zarządu Fundacji Fairtrade Polska.

Przedstawiciel Fairtrade Polska zwrócił uwagę na to, że obecnie około 700 mln ludzi żyje poniżej granicy ubóstwa. To 20 razy więcej niż ludność Polski. Przypomniał, że ubóstwo dotyka osób, pracujących, które pomimo ciężkiej, kilkunastogodzinnej pracy, nie są w stanie się wyżywić. Sprawiedliwy Handel kosztuje, ale też dlatego, że w łańcuchu dostaw płaca pracowników globalnego Południa jest mocno zaniżana.

Ponad 200 uczestników konferencji miało możliwość posmakować produktów z certyfikatem Fairtrade, takich jak kawa, herbata i słodycze.

12. INNE CIEKAWY WYDARZENIA WSPARTE PRZEZ FAIRTRADE POLSKA

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 5 wybranych przez nas wydarzeń.

13. WYWIADY

W raportowanym okresie udzieliliśmy 22 wywiadów radiowych oraz 4 telewizyjnych w następujących mediach:

- TVP 1
- TVP Info
- TVP 3 Bydgoszcz
- TVP 3 Warszawa
- Polskie Radio Program 1
- Polskie Radio Program 3
- RMF24
- Radio 357
- Radio Nowy Świat

Wywiady dotyczyły wysokich cen surowców takich jak kawa i kakao.

14. PUBLIKACJE

___ 14.A. Nowe publikacje:

Kawa Fairtrade – wpływ na świat – <https://www.fairtrade.org.pl/material/kawa-fairtrade-wplyw-na-swiat>

Raport Fairtrade Polska 2023 – <https://www.fairtrade.org.pl/material/raport-fairtrade-polska2023>

Raport Fairtrade Polska 2023 (angielski) – <https://www.fairtrade.org.pl/material/fairtrade-polska2023-in-review-eng>

Kwiaty (plakat A3, kolor jasny) – <https://www.fairtrade.org.pl/material/kwiaty-plakat-a3-kolor-jasny>

Kwiaty (plakat A3, kolor ciemny) – <https://www.fairtrade.org.pl/material/kwiaty-plakat-a3-ciemny>

14.B. Zaktualizowane publikacje:

Co to jest Fairtrade? (białoruski) – <https://www.fairtrade.org.pl/material/szto-geta-fairtrade-by>

Co to jest Fairtrade? (rumuński) – <https://www.fairtrade.org.pl/material/ce-este-fairtrade>

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

15. WYSZUKIWARKA PRODUKTÓW ZE ZNAKIEM FAIRTRADE

Na stronie <https://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.

16. FAIRTRADE IN ROMANIA

W r. 2024 kontynuowaliśmy prowadzenie na Facebooku profilu w języku rumuńskim nt. Fairtrade. Jego adres to: <https://www.facebook.com/FairtradeInRomania>

17. ZMIANA NAZWY FUNDACJI

28 sierpnia 2024 roku Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zatwierdził zmianę nazwy naszej organizacji z: Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” – Fairtrade Polska na: Fundacja Fairtrade Polska.

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	4523866	
	Osoby prawne	126	

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

3.2. 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 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 nt Fairtrade służących promocji produktów.	94.99.Z	0,00 zł

3	wspieranie i upowszechnianie kultury fizycznej	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	☐ 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)	2 159 246,33 zł
a) przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego	2 155 238,00 zł
b) przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego	0,00 zł
c) przychody z działalności gospodarczej	0,00 zł

d) przychody finansowe		3 949,00 zł
e) pozostałe przychody		59,33 zł
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji		
2.1. Przychody z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych		1 456,10 zł
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:		47 587,55 zł
w tym:	a) ze środków europejskich w rozumieniu przepisów o finansach publicznych	47 587,55 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:		2 106 194,35 zł
w tym:	a) ze składek członkowskich	0,00 zł
	b) z darowizn od osób fizycznych	1 670,00 zł
	c) z darowizn od osób prawnych	2 104 524,35 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		4 008,33 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		0,00 zł
3.2. Wysokość kwoty poniesionych kosztów z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym ogółem		0,00 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		
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:	2 098 631,28 zł	0,00 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego	2 073 855,63 zł	0,00 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	24 771,01 zł	
e) koszty administracyjne	0,00 zł	0,00 zł
f) pozostałe koszty ogółem	4,64 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	81 382,37 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 <i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji. W przypadku zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych - podać dodatkowo kwotę)</i>	☒ z podatku dochodowego od osób prawnych 5 455,00 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)	1 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 miejsc po przecinku)	1,00 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)	15 osób

2. Członkowie

2.1. Organizacja posiada członków	☐ Tak ☒ Nie
2.2. Liczba członków organizacji wg stanu na ostatni dzień roku sprawozdawczego	0 osób fizycznych 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 <u>przez okres krótszy niż 30 dni</u> (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: <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 5%;">a)</td> <td style="width: 85%;">członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">0 osób</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>inne osoby</td> <td style="text-align: right;">0 osób</td> </tr> </table>	a)	członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób	b)	inne osoby	0 osób	
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> (Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)		2 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	2 osób
3.4. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres <u>dłuższy niż 6 miesięcy</u> (Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)		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
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1. łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		875 878,05 zł
w tym:	a) z tytułu umów o pracę	151 486,35 zł
	- wynagrodzenie zasadnicze	151 486,35 zł
	- nagrody	0,00 zł
	- premie	0,00 zł
	- inne świadczenia	0,00 zł
	b) z tytułu umów cywilnoprawnych	724 391,70 zł
2. łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		875 878,05 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	0,00 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	875 878,05 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 (miesiące) 3. podzielić przez liczbę członków zarządu)		1 800,00 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)		4 865,99 zł

8. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	7 104,00 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	20 646,17 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 10 pracowników (w tym jedną osobę na umowę o pracę), w tym 10 kobiet. Stawka godzinowa pracowników zatrudnionych na umowy długoterminowe wynosiła 68,75 zł – 96,00 zł (koszt całkowity pracodawcy). Natomiast stawki godzinowe dla osób okazjonalnie współpracujących wynosiły od 55,50 zł do 200,00 zł (koszt całkowity pracodawcy). Wynagrodzenie Zarządu Fundacji z tytułu umów cywilnoprawnych nie przekraczało 3 552,00 zł miesięcznie. Członkowie Komisji Kontroli mieli wypłacane symboliczne wynagrodzenie, nie przekraczające 972,00 zł brutto miesięcznie. Wynagrodzenia członków Komisji Kontroli są ustalane przez Radę Fundacji, natomiast zasady wynagradzania członków Zarządu (zarówno z tytułu pełnienia funkcji jak i realizacji innych zadań) podlegają ustaleniom, nadzorowi i kontroli Rady i Komisji Kontroli

VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożyczkach publicznych 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 publicznej 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 organizacji przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym

Lp	Organ kontrolujący	Liczba kontroli
----	--------------------	-----------------

4. Organizacja przeprowadziła badanie sprawozdania finansowego na podstawie ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości 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., 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.

Środki otrzymane w kwocie 47 587,55 zł i wykazane jako środki europejskie w sekcji III, otrzymane zostały w ramach bezpośredniej umowy z KE, stąd nie wykazano ich w sekcji VIII.

Koszty ogólnego zarządu organizacji ze względu na fakt, że Fundacja prowadzi wyłącznie nieodpłatną działalność pożytku publicznego, są traktowane jako koszty pośrednie tej działalności i jako takie ujmowane w kosztach działalności Fundacji.

Koszty ogólnego zarządu organizacji (administracyjne) ze względu na fakt, że Fundacja prowadzi wyłącznie nieodpłatną działalność pożytku publicznego, 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	2025-06-27
--	--	-------------------------------	------------