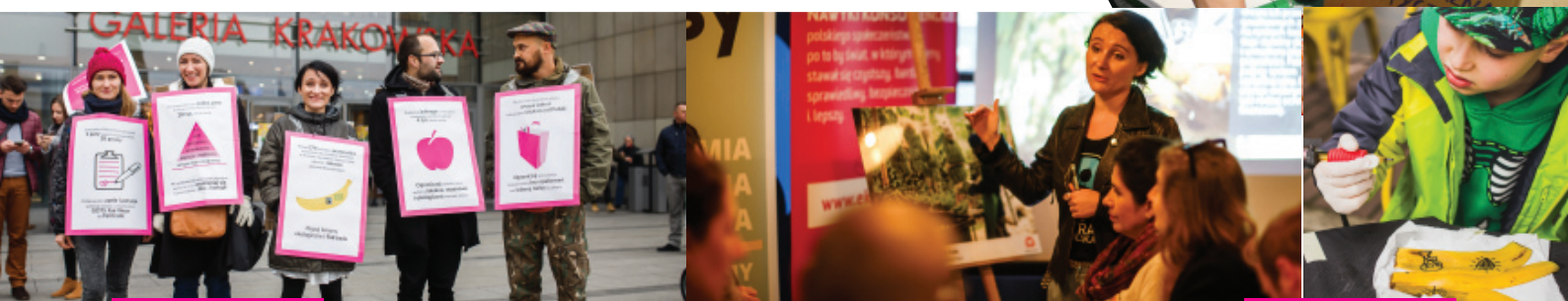




RAPORT ZA 2017 ROK

FUNDACJA KUPUJ
ODPOWIEDZIALNIE



SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Organizacja Fundacji	4
Cele statutowe	5
Działania w 2017 roku	7
Działania edukacyjne i kampanie popularyzatorskie	7
Wydawnictwa	12
Sieć aktywistów i wolontariuszy na rzecz odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji	13
Działania rzecznicze, lobbystyczne i strażnicze	15
Strona internetowa i komunikacja przez media społecznościowe	16
Informacje finansowe	18

WSTĘP

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie jest ogólnopolską organizacją prowadzącą działalność na rzecz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie.

Naszym głównym celem jest podniesienie świadomości oraz zdolności polskiego społeczeństwa do podejmowania odpowiedzialnych środowiskowo i społecznie wyborów konsumenckich, a także zwiększenie wpływu polskich konsumentów na politykę polskich firm i globalnych korporacji w celu poprawy ich standardów działania w zakresie ochrony środowiska i przestrzegania praw człowieka.

Prowadzimy projekty informacyjne, edukacyjne, rzecznicze. Swoje działania kierujemy do zróżnicowanych grup odbiorców, w tym do: członków polskich i europejskich organów ustawodawczych, instytucji rządowych, konsumentów, przedsiębiorców, mediów, nauczycieli, uczniów, studentów, a także członków związków zawodowych.

Zasoby wiedzy publikujemy na popularnym portalu www.ekonsument.pl. Prowadzimy **Spacerownik** po świadomej konsumpcji – e-przewodnik po miejscach zrównoważonej konsumpcji w polskich miastach a także serwisu **Dobre Zakupy** – pierwszy w Polsce niezależny ranking przyjaznych środowisku i odpowiedzialnych społecznie firm.

Współpracujemy z wieloma organizacjami ekologicznymi z Polski i Europy w tym między innymi z Suedwind Agentur (Austria), GLOBAL 2000 (Austria), NaZemi – społeczność pro fair trade (Czechy), DanWatch (Dania), Peoples Solidaires (Francja), Oxfam Germany, Inkota (Niemcy), The National Association of Human Resources Specialists (Rumunia), Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti (Włochy), Comunità Impegno Servizio Volontariato (CISV) (Włochy), Association of Conscious Consumers (ACC) (Węgry), Banana Link (UK), BanaFair (Niemcy). Jesteśmy członkiem Koalicji Sprawiedliwego Handlu, koalicji Clean Clothes Polska oraz Grupy Zagranica.

ORGANIZACJA FUNDACJI

FUNDATORZY/ FUNDATORKI:

Maria Huma

Małgorzata Małochleb

Magdalena Noszczyk

Joanna Szabuńko

Związek Stowarzyszeń
Polska Zielona Sieć

RADA FUNDACJI:

Małgorzata Małochleb,
Przewodnicząca

Iwona Bojadźjewa

Magdalena Noszczyk

Anita Seibert-Rekus

Krzysztof Wychowalek

ZARZĄD FUNDACJI:

Maria Huma,
Prezeska

Joanna Szabuńko,
Wiceprezeska

ZESPÓŁ FUNDACJI:

Maria Huma

Magdalena Pocheć

Katarzyna Salus

Maciej Skinderowicz

Joanna Szabuńko

Anna Trzaska

CELE STATUTOWE

Celem Fundacji jest działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie.

Fundacja może realizować swoje cele poprzez:

- × Inicjowanie, koordynowanie i wspieranie krajowych oraz międzynarodowych kampanii edukacyjnych i popularyzatorskich na rzecz zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji oraz społecznej odpowiedzialności biznesu;
- × Inicjowanie, koordynowanie i wspieranie działań rzeczniczych, lobbystycznych i strażniczych na rzecz zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie;
- × Monitoring przestrzegania przez firmy i instytucje praw człowieka i zasad ochrony środowiska;
- × Ochronę i upowszechnianie praw konsumentów i praw pracowników;
- × Wspieranie merytoryczne, organizacyjne oraz finansowe innych organizacji pozarządowych, inicjatyw obywatelskich oraz kampanii na rzecz zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- × Współpracę dla realizacji celów statutowych z mediami, władzami samorządowymi, rządowymi, związkami zawodowymi, firmami, inicjatywami obywatelskimi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami oraz z wolontariuszami w kraju i za granicą;
- × Edukację dzieci i dorosłych na rzecz rozwoju zrównoważonego, ekologii, ochrony zwierząt oraz ochrony ekosystemów;
- × Opiniowanie istniejących i tworzonych rozwiązań organizacyjnych i prawnych w zakresie ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie;
- × Prowadzenie badań i analiz w zakresie ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie;

- ✘ Tworzenie stron internetowych, aplikacji, newsletterów, portali społecznościowych, publikacji, raportów na temat zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- ✘ Organizację konferencji, warsztatów, szkoleń, seminariów, sympozjów, spotkań, wykładów, obozów edukacyjnych na temat zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- ✘ Organizację targów, wystaw, ekspozycji, festiwali, konkursów i innych przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym i popularyzatorskim na temat zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- ✘ Prowadzenie działalności wydawniczej i promocyjnej oraz sprzedaż publikacji i materiałów promocyjnych dotyczących zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- ✘ Tworzenie i udostępnianie baz danych podmiotów zaangażowanych w społeczną odpowiedzialność biznesu oraz odpowiedzialną produkcję i konsumpcję;
- ✘ Promocję pozytywnych rozwiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji;
- ✘ Szkolenia i doradztwo dla podmiotów zainteresowanych odpowiedzialną produkcją i konsumpcją oraz przestrzeganiem praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie;
- ✘ Działania marketingowe na rzecz promocji znaków i systemów certyfikacji dotyczących odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie.



DZIAŁANIA W 2017 ROKU

DZIAŁANIA EDUKACYJNE I KAMPANIE POPULARYZATORSKIE

W 2017 roku prowadziliśmy w Polsce działania edukacyjne i popularyzatorskie w ramach międzynarodowych kampanii: „Kupuj Odpowiedzialnie Owoce”, „Kupuj Odpowiedzialnie Buty”, „Kupuj Odpowiedzialnie bez chemii” oraz „Moja rewolucja”. Przedsięwzięcia dofinansowane były ze środków Unii Europejskiej, Międzynarodowego Funduszu Wyszehradzkiego oraz przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych w ramach programu Polska Pomoc.



PROJEKT „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE BUTY”,

będący częścią europejskiej kampanii „Change Your Shoes” zwracał uwagę na problemy związane z przemysłem obuwniczym i skórzanym. W ramach projektu podjęte zostały działania informacyjne na temat związanego z procesem produkcyjnym negatywnego wpływu na środowisko naturalne oraz warunków pracy osób pracujących w garbarniach skór i zakładach produkujących obuwie. Projekt zwracał także uwagę na brak kontroli i jawności łańcucha dostaw oraz na prawo konsumentów do dostępu do wiedzy na temat tego, w jakich warunkach powstały kupowane przez nich buty, a także czy produkty te nie stanowią zagrożenia dla ich zdrowia oraz środowiska. Działania edukacyjne i popularyzatorskie w ramach projektu miały zachęcić polskich konsumentów do przyłączenia się do szerokiej inicjatywy na rzecz poprawy przestrzegania praw człowieka i standardów środowiskowych w produkcji butów skórzanych.



Więcej informacji:
www.ekonsument.pl/buty

W ramach projektu:

→ Zorganizowaliśmy na 3 uczelniach (warszawskiej Międzynarodowej Szkole Kostiumologii i Projektowania Ubioru, Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz na Wydziale Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego) spotkania z przedstawicielami organizacji Cividep z Indii, która współpracuje bezpośrednio z pracownikami i pracownikami zatrudnionymi w przemyśle obuwniczym i skórzanym. Celem spotkań, w którym jako prelegenci udział wzięli Gopinath Parakuni i Brinda Devi było zwiększanie świadomości konsumentów na temat warunków pracy w przemyśle obuwniczym i skórzanym, a także wsparcie międzynarodowej kampanii dotyczącej jawności łańcucha dostaw. Gopinath Parakunt oraz Brinda Devi są działaczami, których starania skupiają się na wspieraniu pracowników fabryk i garbarni, monitorowaniu praktyk korporacji, ich wpływu na lokalną społeczność oraz wzywaniu przedsiębiorców do odpowiedzialności za wszelkie naruszenia praw człowieka, w tym praw pracowniczych. W spotkaniach, prócz przedstawicieli Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie, udział wzięli Magdalena Płonka, autorka książki „Etyka w modzie - CSR w przemyśle odzieżowym”, Urszula Wiszowata z „Fashion Biznes” oraz pracownicy naukowcy: prof. Bolesław Rok i dr Katarzyna Jasikowska. Gopinath Parakunt oraz Brinda Devi wzięli udział również w indywidualnych w spotkaniach z mediami.

→ Zorganizowaliśmy w warszawskiej kawiarni „Państwo Miasto” warsztat dla aktywistów na temat prowadzenia dialogu z firmami. Warsztat dotyczył skutecznej komunikacji z firmami i obejmował planowanie strategiczne w kontekście przewidzianego na jesień 2017 roku Okrągłego Stołu z firmami z branży obuwniczej. W czasie warsztatu zostały doprecyzowane grupy docelowe Okrągłego Stołu oraz główne zamierzenia tego spotkania. W warsztacie udział wzięło 4 aktywistów.

Prócz wymienionych wydarzeń przedstawiciele Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie przeprowadzili szereg warsztatów i wykładów na temat odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji m.in. podczas Open Eyes Economy Summit w Krakowie oraz w spółdzielni Ogniwo dla osób ze Stowarzyszenia Zero Waste.





PROJEKT „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE OWOCE”

jest częścią europejskiej kampanii „Make Fruit Fair!”. Projekt miał na celu podniesienie świadomości konsumenckiej na temat problemów społecznych i środowiskowych występujących przy produkcji i handlu owocami tropikalnymi. Projekt dotyczy głównie łańcucha dostaw bananów i ananasów, których produkcja związana jest z naruszeniami praw człowieka, standardów pracy i przepisów ochrony środowiska w trakcie produkcji i przygotowania do transportu. Działania w ramach projektu skupiały się na wskazaniu polskim konsumentom możliwych form przeciwstawienia się łamaniu praw człowieka, praw pracowniczych oraz postępującemu zanieczyszczeniu środowiska, a także form wywierania wpływu na supermarkety i firmy spożywcze, aby nakłonić je do stosowania uczciwych i dobrych praktyk handlowych. Projekt popularyzował także banany i ananasy pochodzące z upraw ekologicznych lub posiadające certyfikat Sprawiedliwego Handlu.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/owoce

W ramach projektu:

→ Odbyliśmy wizytę studyjną w Ekwadorze, podczas której przeprowadzaliśmy wywiady z pracownikami certyfikowanych plantacji bananów, zbieraliśmy materiały, robiliśmy zdjęcia. Na podstawie zebranych danych opracowaliśmy materiały kampanijne, w tym film i raport „Fairtrade daje siłę. Przykład współpracy drobnych producentów bananów w ramach spółdzielni ASOGUABO w Ekwadorze”

→ W Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu we współpracy z Fundacją „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” – Fairtrade Polska zorganizowaliśmy Majówkę Fairtrade w Krakowie. Wydarzenie odbyło się na terenie popularnych wśród Krakowian zrewitalizowanych byłych zakładów tytoniowych, gdzie znajdują się restauracje, kluby, galerie, przestrzenie warsztatowe. W programie wydarzenia znalazły się pokaz i warsztaty kulinarne z wykorzystaniem produktów Fairtrade i ekologicznych (w tym bananów) przygotowany przez Olę Słomę & Sławka Trymbulaka, edukacyjne warsztaty dla dzieci, pokaz slajdów i filmów zrealizowanych podczas naszej wizyty studyjnej w Ekwadorze. Podczas wydarzenia uczestnicy, których ilość wyniosła około 500 osób, mieli także okazję spróbować bananów, kawy i lodów z certyfikatem Fairtrade.

W ramach obydwu projektów utrzymywaliśmy stały kontakt z mediami, organizując konferencje i śniadania prasowe, udzielając wywiadów i przygotowując informacje prasowe, które wystaliśmy do przeszło 4000 dziennikarzy i blogerów. Współpracowaliśmy z mediami konwencjonalnymi i internetowymi, by nasze działania dotarły do jak największej liczby odbiorców. Współpraca ta w 2017 roku zaowocowała wieloma ważnymi publikacjami, w tym w mediach opiniotwórczych – Dużym Formacie i Polityce. Dzięki wysiłkom, które włożyliśmy w pracę z mediami oraz inne działania nasze kampanie popularyzatorskie dotarły do przeszło 3 milionów odbiorców!

W 2017 roku rozpoczęliśmy także pierwsze działania w ramach dwóch nowych projektów. Mamy nadzieję, iż już wkrótce będziemy mogli podzielić się efektami naszej pracy.



PROJEKT „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE BEZ CHEMII”

zwraca uwagę na problemy zdrowotne i środowiskowe związane z występowaniem niebezpiecznych substancji chemicznych w produktach codziennego użytku. Substancje wzbudzające szczególnie duże obawy (SVHC – Substances of Very High Concern) to m.in. substancje rakotwórcze, zaburzające gospodarkę hormonalną, czy też uznane za mające istotny wpływ na środowisko. Naszym celem jest zwrócenie uwagi i wypracowanie potencjalnych rozwiązań problemu, jakim jest brak dostępu do informacji dotyczących występowania niebezpiecznych substancji w produktach oraz brak świadomości producentów na temat obowiązku ich przekazywania konsumentom.

Unijne rozporządzenie REACH dotyczące chemikaliów przewiduje obowiązek informowania o zawartości SVHC. Projekt jest częścią europejskiego projektu LIFE Ask REACH, którego zadaniem jest wypracowanie narzędzi IT, za pomocą których konsumenci będą mieli łatwy dostęp do informacji na temat zawartości substancji toksycznych w kupowanych przez nich produktach. Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie jest jedną z 20 organizacji z 13 państw członkowskich UE odpowiedzialnych za wdrażanie projektu. Liderem projektu jest Federalna Agencja Środowiska (UBA) z Niemiec.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/chemikalia



EDUKACYJNY PROJEKT „MOJA REWOLUCJA”

tematycznie koncentruje się głównie na upamiętnieniu zmian i przemian społecznych, do jakich doszło przed stuleciem w wyniku rewolucji pracowniczych i obywatelskich oraz na zmianach nawyków konsumpcyjnych, do których doszło po przemianach gospodarczych w 1989 r. w Europie Środkowo-Wschodniej. W ramach projektu odbędą się dwie międzynarodowe konferencje, na których przedstawiciele i przedstawicielki grup młodzieżowych spotkają się i omówią swoje problemy, postulaty i przedstawią propozycje zmian społecznych. Na bazie wspólnych rozmów powstanie „Manifest”, zainspirowany spotkaniami przedstawicieli i przedstawicielek czterech krajów uczestniczących w projekcie. Manifest zostanie przedstawiony i omówiony przez młodzież w Parlamencie Europejskim. Projekt realizowany jest w partnerstwie z organizacjami pozarządowymi z Austrii (Südwind), Włoch (GVC) i Słowenii (Focus) oraz z władzami lokalnymi w Bolonii i Instytutem Edukacji Dorosłych z Wiednia.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/MojaRewolucja

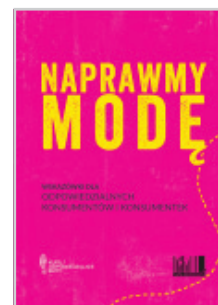


WYDAWNICTWA

W 2017 opublikowaliśmy szereg poradników i raportów o zagadnieniach odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji.

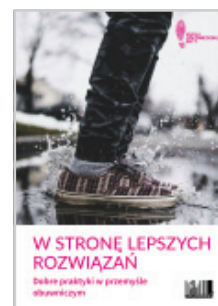
→ **Poradnik „Naprawmy modę!”**

Broszura w wygodnym, kieszonkowym formacie zwraca uwagę na to, iż marki odzieżowe i obuwnicze rzadko informują konsumentów, gdzie wyprodukowano buty i ubrania trafiające na rynek. Teksty wyjaśniają, jak istotna jest transparentność w łańcuchu dostaw, zaś przejrzyste infografiki przedstawiają dane liczbowe oraz prezentują podpowiedzi, w jaki sposób dokonywać odpowiedzialnych wyborów.



→ **Raport „W stronę lepszych rozwiązań. Dobre praktyki w przemyśle obuwniczym”**

Publikacja przedstawia krótki przegląd dobrych praktyk w przemyśle obuwniczym. Znalezione przez nas praktyki zostały ocenione według swojego wpływu na poprawę sytuacji w pięciu kluczowych obszarach: poprawa warunków pracy we wszystkich częściach produkcyjnego łańcucha dostaw (w tym godne płace, stałe umowy zatrudnienia, ochrona wrażliwych grup pracowników, akceptowalny czas pracy), bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP) dla pracowników, prawo do wolności zrzeszania się, oraz przeciwdziałanie problemom środowiskowym w produkcji skór i obuwia, jawność i identyfikowalność łańcucha dostaw. Raport ma na celu udostępnianie innym wiedzy dotyczącej dobrych praktyk oraz studiów przypadków i wniosków, a także dzielenie się z wszystkimi interesariuszami przykładami zrównoważonych alternatyw w przemyśle obuwniczym.



→ **Raport „Wyprodukowano w Indonezji. Warunki pracy w indonezyjskim sektorze skórzanym i obuwniczym”**

Raport zwraca uwagę, iż produkcja obuwia odgrywa istotną rolę w indonezyjskiej gospodarce. Zwłaszcza dostępność taniej siły roboczej sprawia, że Indonezja jest atrakcyjnym krajem do produkcji obuwia, co w ostatnich latach zaowocowało boomem w tym sektorze. Wraz z przeniesieniem produkcji wielu firm do Indonezji pojawiło się szereg niepokojących zjawisk takich jak, niepłacenie składek na ubezpieczenie społeczne, braku związków zawodowych oraz surowe restrykcje wobec pracowników. Raport porusza także temat osób pracujących chałupniczo, które nie mają umów zatrudnienia, nie są objęte ubezpieczeniem społecznym i otrzymują zaledwie ułamek miejscowej płacy minimalnej. Opracowanie zwraca uwagę na problem odpowiedzialności marek za ten stan rzeczy oraz pokazuje potencjalne rozwiązania, które mogłyby przyczynić się do poprawy standardów pracy i życia osób zatrudnionych w tym sektorze.



→ **Raport „Patrz na nogi. Badanie społecznych i ekologicznych skutków działalności garbarni w stanach Uttar Pradesh i Tamilnadu w Indiach”**

Badanie dotyczy wpływu indyjskich garbarni skór na pobliskie społeczności, lokalne środowisko naturalne oraz na pracowników garbarni. Powstało w oparciu o wywiady z pracownikami i innymi interesariuszami, a także o wyniki badań próbek gleby i wody z okolic garbarni, w celu udokumentowania zanieczyszczenia środowiska i zagrożeń dla zdrowia, szczególnie tych związanych z występowaniem toksycznego chromu sześciowartościowego. Badania przeprowadzono w dwóch indyjskich stanach: Uttar Pradesh na północy oraz w Tamilnadu na południu. Wyniki badań wskazują, iż garbowanie chromowe jest najczęściej stosowaną formą, co wiąże się ze zużyciem znacznych ilości wody oraz różnych substancji chemicznych, a w jego wyniku powstaje duża ilość ścieków i odpadów stałych. Badanie prezentuje negatywne skutki stosowania tej metody dla społeczeństw lokalnych.



→ **Raport i film „Fairtrade daje siłę. Przykład współpracy drobnych producentów bananów w ramach spółdzielni ASOQUABO w Ekwadorze”**

Raport i film opisują działalność ASOQUABO, spółdzielni która stanowi przykład dobrej praktyki i ekonomicznego sukcesu, jaki osiągnąć może organizacja trudniąca się zrównoważoną i odpowiedzialną produkcją bananów. Raport i film ukazały się także w wersji angielskiej pt. „Fairtrade Empowerment. An example of cooperation of smallholder banana producers forming the ASOQUABO cooperative in Ecuador”.



Film można obejrzeć pod adresem:

<https://www.youtube.com/watch?v=wS6i61y93Sw>

SIEĆ AKTYWISTÓW I WOLONTARIUSZY NA RZECZ ODPOWIEDZIALNEJ PRODUKCJI I KONSUMPCJI

Wśród działań podjętych przez nas w 2017 roku były także te zmierzające do rozwoju sieci aktywistów oraz promocji wolontariatu. Dzięki stałej współpracy z wolontariuszami od początku naszej działalności, aktywiści uzyskali doskonałe przygotowanie merytoryczne i dużą samodzielność w podejmowaniu działań promujących tematykę odpowiedzialnej konsumpcji. W stosunku do 2016 roku liczba wolontariuszy wzrosła o 16 osób, co dowodzi zarówno skuteczności działań w zakresie rozwijania sieci aktywistów, jak również rosnącej popularności tematyki odpowiedzialnej konsumpcji. Dzięki zaangażowaniu wolontariuszy i aktywistów Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie uczestniczyła w masowych imprezach muzycznych i lifestylowych, przyciągających szerokie grono odbiorców, wśród których duży odsetek stanowią osoby niezaangażowane w wolontariat oraz nieznające zagadnień odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji. Udział w tego typu imprezach pozwolił nam promować tę tematykę oraz umożliwił dotarcie przede wszystkim do osób młodych.

→ W 2017 wzięliśmy udział w 12 festiwalach, targach i wydarzeniach lifestylowych, w tym m.in: Śniadanie na Trawie w Toruniu w dniach 2-3 czerwca, S Slot Art Festival w Lubiążu w dniach 4-8 lipca, OFF Festival w Katowicach w dniach 4-6 sierpnia oraz Cieszanów Rock Festiwal w dniach 17-20 sierpnia. Na wszystkie wydarzenia przygotowaliśmy stoiska edukacyjno-informacyjne, na których aktywiści prowadzili różnego rodzaju działania kampanijne oraz edukacyjne dotyczące odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji. Aktywiści informowali, dystrybuowali materiały kampanijne, zachęcali do przyłączenia się do aktualnych petycji/pilnych apeli oraz zbierali kontakty do bazy FKO poszerzając w ten sposób grupę odbiorców projektu. W organizację i prowadzenie działań zaangażowało się 9 aktywistów i aktywistek, dzięki zaangażowaniu których dotarliśmy do 2850 młodych osób, które odwiedziły stoisko FKO wdając się w ożywioną rozmowę z aktywistami i uczestnicząc w zaplanowanych aktywnościach. Z tej liczby przeszło 600 osób wzięło udział w grze lub warsztatach na temat odpowiedzialnej konsumpcji oraz pobrano materiały kampanijne i edukacyjne. Warto zwrócić uwagę na prawie 50% wzrost liczby aktywistów zaangażowanych w festiwale w stosunku do 2016 roku.

→ Nasi aktywiści i edukatorzy zorganizowali także 10 lokalnych akcji kampanijnych i edukacyjnych. We wszystkich akcjach w sposób bezpośredni wzięło udział 6370 osób. Dodatkowo poprzez doniesienia prasowe informacje trafiły do ok. 546 tysięcy osób. Wydarzenia zaplanowane i przeprowadzone przez wolontariuszy wpisywały się w Tydzień Edukacji Globalnej oraz Dzień Bez Kupowania.

Tydzień Edukacji Globalnej to coroczna międzynarodowa akcja, przypadająca zwyczajowo na trzeci tydzień listopada, która ma na celu zwrócenie uwagi społeczeństw w Europie na potrzebę prowadzenia edukacji o sprawach globalnych poprzez intensywne i różnorodne działania skierowane przede wszystkim (ale nie tylko) do ludzi młodych. W Polsce działań podejmowanych w ramach TEG jest wciąż stosunkowo niewiele, dlatego naszym celem było także zachęcenie aktywistów i edukatorów do organizacji własnych działań w swoich środowiskach lokalnych właśnie w trakcie trwania TEG. Wyposażeni w materiały edukacyjne i informacyjne oraz wiedzę i nowoczesne narzędzia aktywiści poprowadzili 9 akcji edukacyjnych o zasięgu lokalnym. Akcje miały zróżnicowaną formułę – od zajęć prowadzonych dla młodzieży szkolnej w formie warsztatów, debat, konkursów z drobnymi nagrodami, poprzez grę miejską dla młodzieży i przedstawicieli środowisk lokalnych po wystawę fotografii.

W ramach obchodów Dnia Bez Kupowania 25 listopada 2017 roku zorganizowali publiczną akcję kampanijną przed największym, centralnie położonym oraz najbardziej uczęszczanym centrum handlowym w Krakowie – usytuowanej tuż przy Dworcu Głównym „Galerii Krakowskiej”. Akcja pod hasłem „Czas na zmiany” zachęcała konsumentów do refleksji i podejmowania bardziej świadomych i odpowiedzialnych wyborów podczas zakupów oraz refleksji nad społecznymi i ekologicznymi konsekwencjami nadmiernej produkcji i konsumpcji. Działanie trafiło do około 1000 bezpośrednich odbiorców. Akcja zwróciła także uwagę prasy.

→ Wolontariusze przeprowadzili także spontaniczne akcje przed supermarketami w Walentynki w lutym 2017, rozdając kupującym ulotki w kształcie serc z informacjami o pozytywnych skutkach kupowania produktów Fairtrade i docierając w ten sposób do około 600 konsumentów.

DZIAŁANIA RZECZNICZE, LOBBYSTYCZNE I STRAŻNICZE

W 2017 roku prowadziliśmy rozmowy i negocjacje z firmami, monitorowaliśmy regulacje prawne i ich wdrażanie.

→ Zorganizowaliśmy kampanię nakierowaną na popularne w Polsce sieci supermarketów i dyskontów. Jej celem było - w pozytywny i przyjazny sposób - zwrócenie uwagi na zainteresowanie klientów owocami egzotycznymi z certyfikatem Fairtrade oraz na korzyści, płynące z wprowadzenia tych produktów do stałej oferty. Wraz z partnerami z Europy zachęcaliśmy konsumentów do kontaktów z supermarketami poprzez maile, telefony, listy, media społecznościowe. Dzięki mobilizacji konsumentów i naszego stałego dialogu z siecią Lidl po raz pierwszy w Polsce w maju 2017 wprowadzono do czasowej oferty banany z certyfikatem Fairtrade! Także sytuacja pracowników zatrudnionych na plantacjach dostawców Lidla uległa poprawie w pewnym stopniu (zapewnienie płacy minimalnej, uregulowanie form zatrudnienia, poprawa sytuacji sanitarnej, kontrole organów państwowych w zakresie ochrony środowiska naturalnego oraz bezpieczeństwa i higieny pracy).

→ Włączyliśmy się w europejską kampanię #ChcemyWiedzieć. Kampania nakierowana była na czołowe marki obuwnicze: CCC, Deichmann, Camper, Prada, Birkenstock i Leder & Schuh z postulatem o ujawnienie łańcuchów dostaw w myśl wytycznych ONZ ds. biznesu i praw człowieka. Wytyczne te nakładają na państwa oraz na firmy obowiązek poszanowania praw człowieka w całym łańcuchu dostaw. Dzięki transparentności konsumenci mogą wymagać od firm wzięcia odpowiedzialności za warunki produkcji. Pracownicy mogą bronić swoich praw, zgłaszać problemy dotyczące płac i bezpieczeństwa i ubiegać się o odszkodowanie po wypadku. W jawnym łańcuchu firmy lepiej rozumieją problemy dotyczące pracowników i środowiska i mogą im przeciwdziałać. Wiedza o tym, gdzie produkowane są buty pozwala także konsumentom wybierać świadomie te marki, które spełniają ich etyczne wymagania. Petycję podpisało 13606 konsumentów w Europie. W wyniku akcji jedna z czołowych firm obuwniczych na polskim rynku - CCC - podjęła dialog i przedstawiła swoje plany zmierzające do eliminacji negatywnych zjawisk w obrębie łańcucha dostaw, w tym m.in. o opracowanej przez CCC strategii CSR na lata 2017-2019, w której odpowiedzialny łańcuch dostaw jest jednym z priorytetów. CCC planuje dokładniejsze monitorowanie stosowania niebezpiecznych substancji w całym łańcuchu dostaw, opracowanie systemu regularnego zewnętrznego audytowania, coroczne publikacje informujące o działaniach zapewniających przestrzeganie praw człowieka i sprawiedliwych warunków pracy. Pierwszy raport pojawi się do marca 2018 roku.

→ Zorganizowaliśmy okrągły stół z udziałem firm obuwniczych i odzieżowych, organizacji pozarządowych, instytucji publicznych i ekspertów. Podczas obrad wskazano pięć najważniejszych problemów związanych z globalnym łańcuchem dostaw przemysłu obuwniczego i skórzanego oraz przedstawiono wstępne rekomendacje i propozycje rozwiązań systemowych, które mogłyby przyczynić się do poprawy sytuacji osób zatrudnionych w sektorze oraz zminimalizować jego wpływ na środowisko naturalne. Wśród problemów wskazano m.in.: bardzo niskie zarobki pracownic i pracowników globalnego Południa, niebezpieczne warunki pracy i negatywny wpływ stosowanych chemikaliów na środowisko, ograniczone prawo do zrzeszania się pracownic i pracowników w związki zawodowe, brak jawności łańcucha dostaw, brak dialogu firm z organizacjami pozarządowymi, walczącymi o prawa pracownic i pracowników. Dodatkowo, garbowanie skór zidentyfikowane zostało jako jeden z najbardziej zagrażających ludziom i środowisku

procesów technologicznych wykorzystywanych w przemyśle skórzanym (duże zużycie wody, duża liczba chemikaliów, ścieki przenikające do gleby i wód). Największym zagrożeniem jest tu silnie toksyczny i rakotwórczy chrom VI. Podczas obrad ustalono, iż wytyczne OECD dotyczące sektora tekstylno-odzieżowo-obuwniczego mogą stanowić pomocne narzędzie dla firm, w obszarze budowania zrównoważonego łańcucha dostaw i zarządzania nim (nad przygotowaniem polskiej wersji wytycznych pracuje Ministerstwo Rozwoju wraz z partnerami, w tym FKO). Zredagowano także rekomendacje ekspertów badających warunki pracy w krajach globalnego Południa oraz praktyki stosowane przez firmy produkujące obuwie. Było to pierwsze takie wydarzenie w Polsce!

→ Przystąpiliśmy do międzysektorowego partnerstwa na rzecz tłumaczenia i promocji „Wytycznych OECD dotyczące należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylno-odzieżowym i obuwniczym”. Współpraca w ramach partnerstwa jest koordynowana przez Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, a należą do niego firmy i stowarzyszenia branżowe z sektora odzieżowego i obuwniczego oraz organizacje pozarządowe. Jesteśmy zaangażowani w organizację i merytoryczną konsultację tłumaczenia oraz wsparcie promocji Wytycznych po ich publikacji.

STRONA INTERNETOWA I KOMUNIKACJA PRZEZ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE:

W 2017 prowadziliśmy portale internetowe www.ekonsument.pl, www.cleanclothes.pl oraz www.storyofbanana.com/pl stale je aktualizując, dodając nowe materiały informacyjne i edukacyjne do ogólnodostępnej bazy wiedzy, publikując raporty i analizy, a także zamieszczając informacje o akcjach społecznych i petycjach. Kontakt z gronem naszych odbiorców utrzymujemy także przez media społecznościowe – serwisy Facebook i Twitter, gdzie prócz informacji zamieszczanych na stronie internetowej publikowaliśmy także newsy z zakresu ekologii, life style'u, odpowiedzialnej mody itp. Publikowaliśmy również nowe treści na kanale Youtube (filmy wideo), Flickr (zdjęcia) oraz Instagram (zdjęcia), a także prowadziliśmy i stale uaktualniali e-przewodnik [Dobre Zakupy](#) z informacjami o odpowiedzialnych środowiskowo i społecznie markach oraz [Spacerownik](#) czyli przewodnik po miejscach propagujących odpowiedzialną konsumpcję (kawiarnie, sklepy, punkty usługowe) we wszystkich województwach w Polsce.

ODBIORCY KOMUNIKACJI MASOWEJ



FB:
60 000



INSTAGRAM:
1 600



TWITTER:
700



STRONY:
400 000



MEDIA:
3 000 000

INFORMACJE FINANSOWE

RODZAJ PRZYCHODU	KWOTA PRZYCHODU	STRUKTURA PRZYCHODU
Przychody z działalności statutowej	746,051.77	99.29%
Dotacja z Ministerstwa Spraw Zagranicznych (wkład do projektu "Kupuj Odpowiedzialnie Owoce")	41,460.00	5.56%
Dotacja z Ministerstwa Spraw Zagranicznych (wkład do projektu "Kupuj Odpowiedzialnie Buty")	49,055.00	6.58%
Dotacja LIFE ASK REACH	86,193.92	11.55%
Dotacja „Fundusz Wyszehradzki” (wkład do projektu "Kupuj Odpowiedzialnie Owoce")	11,814.38	1.58%
Dotacja Sudwind – projekt „Kupuj Odpowiedzialnie Buty”	204,714.69	27.44%
Dotacja Oxfam Deutschland eV – projekt „Kupuj Odpowiedzialnie Owoce”	318,493.65	42.69%
Darowizny pieniężne	34,320.13	4.60%
Przychody z działalności gospodarczej	3,835.14	0.51%
Pozostałe przychody operacyjne	279.60	0.04%
Przychody finansowe	1,223.61	0.16%
SUMA PRZYCHODÓW	751,390.12	100.00%

INFORMACJE FINANSOWE

RODZAJ KOSZTU	KWOTA KOSZTU	STRUKTURA KOSZTU
Koszty działalności statutowej	844,886.88	99.49%
„Projekt Kupuj Odpowiedzialnie Owoce”	376,602.93	44.57%
„Projekt Kupuj Odpowiedzialnie Buty”	358,902.12	42.48%
„Projekt Kupuj Odpowiedzialnie Owoce” - wkład z MSZ	40,410.77	4.78%
„Projekt Kupuj Odpowiedzialnie Buty” - wkład z MSZ	49,037.52	5.80%
„Projekt Kupuj Odpowiedzialnie Owoce” - wkład z Funduszu Wyszehradzkiego LIFE ASK REACH	11,809.05	1.40%
	8,124.49	0.96%
Pozostałe koszty operacyjne	302.40	0.04%
Koszty finansowe	3,986.57	0.47%
KOSZTY OGÓŁEM	849,175.85	100.00%



W publikacji wykorzystano zdjęcia wchodzące w skład archiwum Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie, w tym zdjęcia których autorami są m.in.: Maciek Zygmunt i Jacek Grymuza.