



# RAPORT ZA 2019 ROK

FUNDACJA KUPUJ  
ODPOWIEDZIALNIE



---

# SPIS TREŚCI

---

<b>Wstęp</b>	<b>3</b>
<b>Organizacja Fundacji</b>	<b>4</b>
<b>Cele statutowe</b>	<b>5</b>
<b>Działania w 2018 roku</b>	<b>7</b>
Działania edukacyjne i kampanie popularyzatorskie	7
Wydawnictwa	15
Sieć aktywistów i wolontariuszy na rzecz odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji	18
Działania rzecznicze, lobbystyczne i strażnicze	19
Strona internetowa i komunikacja przez media społecznościowe	
Rozwój sieci darczyńców regularnych	<b>20</b>
<b>Informacje finansowe</b>	

---

## 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. Jako Fundacja działamy już ponad 5 lat.

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 i 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](http://www.ekonsument.pl). Prowadzimy [Spacerownik po świadomej konsumpcji](#), czyli e-przewodnik po miejscach zrównoważonej konsumpcji w polskich miastach oraz serwis [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), Arnika (Czechy), Umwelt Bundesamt (Niemcy), BUND Friends of Earth Germany, German Federal Environmental Foundation (DBU). Jesteśmy członkiem Koalicji Sprawiedliwego Handlu i Grupy Zagranica, zaś na poziomie międzynarodowym: Clean Clothes Campaign, IPEN (International Pollutants Elimination Network), Good Electronics oraz EPN (Environmental Paper Network) Europe.

# ORGANIZACJA FUNDACJI

---

## FUNDATORZY/ FUNDATORKI:

---

Maria Huma

---

Małgorzata Małochleb

---

Magdalena Noszczyk

---

Joanna Szabuńko

---

Związek Stowarzyszeń  
Polska Zielona Sieć

---

---

## RADA FUNDACJI:

---

Małgorzata Małochleb,  
Przewodnicząca

---

Iwona Bojadżijewa

---

Magdalena Noszczyk

---

Anita Seibert-Rekus

---

Krzysztof Wychowatek

---

---

## ZARZĄD FUNDACJI:

---

Maria Huma,  
Prezeska

---

Joanna Szabuńko,  
Wiceprezeska

---

---

## ZESPÓŁ FUNDACJI:

---

Maria Huma

---

Grażyna Latos

---

Graciela Namysł

---

Katarzyna Salus

---

Joanna Sawicka-Gajin

---

Maciej Skinderowicz

---

Joanna Szabuńko

---

Anna Szreniawa

---

## 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 zrównoważonego rozwoju, 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 2019 ROKU

## DZIAŁANIA EDUKACYJNE I KAMPANIE POPULARYZATORSKIE

W 2019 roku prowadziliśmy w Polsce działania edukacyjne i popularyzatorskie w ramach międzynarodowych kampanii „Pytaj o Chemię”, „Moja Rewolucja” oraz w ramach kampanii „Kupuj Odpowiedzialnie Ubrania”. Przedsięwzięcia dofinansowane były ze środków Unii Europejskiej, Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych w ramach programu Polska Pomoc.

### PROJEKT „PYTAJ O CHEMIĘ”

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 AskREACH, 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](http://www.ekonsument.pl/chemikalia)

**W ramach projektu:**

- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej na temat zagrożeń związanych z obecnością substancji wzbudzających szczególnie duże obawy (SVHC – Substances of Very High Concern) w produktach codziennego użytku.
- Utrzymywaliśmy kontakt z mediami, przygotowując informacje prasowe, które zostały rozesłane do ponad 4000 dziennikarzy i blogerów. Współpracowaliśmy z mediami konwencjonalnymi i internetowymi. Dzięki tej współpracy dotarliśmy do ok. 170 000 odbiorców.
- Braliśmy udział w pracach międzynarodowego zespołu tworzącego aplikację „Pytaj o chemię” i wprowadziliśmy ją do sklepów Google Play i App Store. Do tej pory aplikację pobrało ok. 900 osób.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną do konsumentów na temat projektu oraz aplikacji „Pytaj o chemię”. Rozesłaliśmy mailing dotyczący projektu i aplikacji do ok. 14 000 odbiorców. W ramach kampanii zorganizowaliśmy wydarzenie z okazji Black Friday, pt. „**Rewolucja Konsumentka w Czarny Piątek**”, na Mysiej 3 w Warszawie. Podczas wydarzenia goście mogli uczestniczyć w wykładach i dyskusjach podejmujących tematykę odpowiedzialnej konsumpcji odzieży oraz niebezpiecznych chemikaliów w ubraniach, m.in. w wykładzie Pawła Urbańskiego z firmy Knk-Kanaka na temat substancji chemicznych zawartych w nowej odzieży, oraz w wykładzie dr Aleksandry Rutkowskiej z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego na temat wpływu dodatków chemicznych w ubraniach na zdrowie. Spotkaniu towarzyszyły warsztaty, na których uczestnicy/czki mogli/ły poznać tajniki samodzielnego naprawiania odzieży czy reperowania butów. Wydarzenie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem zarówno ze strony uczestników jak i mediów. Informacje o wydarzeniu i kampanii „Rewolucja Konsumentka w Czarny Piątek” ukazały się w największych polskich mediach.





→ Zorganizowaliśmy 5 akcji edukacyjno-kampanijnych na dużych wydarzeniach w przestrzeni publicznej: Festiwal Zero Waste w Krakowie w dniu 13 kwietnia, Slot Art Festival w Lubiążu w dniach 9-14 lipca, Festiwal Kazimierniejszy w Kazimierzu Dolnym w dniach 17-21 lipca, Cieszanów Rock Festiwal w dniach 15-17 sierpnia i Festiwal State of Minds w dniu 10 listopada w Krakowie. Akcje te prowadziliśmy organizując stoiska Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie, gdzie młodzież i dorośli mogli dowiedzieć się więcej na temat niebezpieczeństw związanych z występowaniem SVHC w produktach oraz na temat aplikacji „Pytaj o chemię”.

→ Braliśmy również udział w 5 mniejszych wydarzeniach, wykładach i panelach dyskusyjnych: spotkanie „Akademia Zaangażowania” w Europejskim Centrum Solidarności w Gdańsku w dniu 18 kwietnia, udział w Responsible Fashion Awards w dniu 14 listopada w Warszawie, debata podczas Targów Zero Waste w Warszawie w dniu 24 listopada oraz wykład „Ile żyć może mieć Twoja koszula”, podczas wydarzenia organizowanego przez Right2Be Forum w dniu 29 maja w Warszawie.

→ Wyprodukowaliśmy zestaw materiałów promujących aplikację „Pytaj o chemię”. Powstały 3 rodzaje ulotek, roll-up oraz banner. Materiały te promowały projekt i aplikację w trakcie wydarzeń w przestrzeni publicznej, w których uczestniczyliśmy. Ulotki zawierają podstawowe informacje na temat niebezpieczeństw związanych z występowaniem SVHC w wyrobach oraz instrukcje użytkowania aplikacji.

→ Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną do producentów. Nawiązaliśmy kontakt z ponad 100 polskimi firmami odzieżowymi, obuwicznymi, outdoorowymi, zabawkarskimi itd. W ramach kampanii wysłaliśmy do firm 3 mailingi (do ok. 1000 odbiorców) informujące o projekcie i aplikacji. Kilkanaście firm zainteresowało się współpracą w ramach projektu. 3 firmy zaangażowały się w testowanie aplikacji na urządzenia mobilne i umieszczenie tam informacji o swoich produktach. Inne są zainteresowane współpracą na późniejszym etapie projektu. Udostępniliśmy również firmom bazę danych połączoną z aplikacją na smartfony, w której każda firma może umieścić informacje o swoich produktach, dzięki czemu konsumenci mogą od razu dowiedzieć się, czy produkt ten zawiera substancje wzbudzające szczególnie duże obawy.

→ W ramach kampanii do firm uczestniczyliśmy w 5 wydarzeniach, podczas których informowaliśmy producentów o aplikacji „Pytaj o chemię”: Targi Slow Fashion w Warszawie w dniach 5-6 października, Targi Zero Waste w dniach 11-12 października w Poznaniu, Open Eyes Economy Summit w dniach 19-20 listopada w Krakowie, Konferencja nt. Odpowiedzialnej Konsumpcji w Warszawie w dniu 5 grudnia i Targi Trends4Kids w dniu 1 grudnia w Krakowie.

**PROJEKT EDUKACYJNY „MOJA REWOLUCJA”**

tematycznie koncentruje się głównie na upamiętnieniu przemian społecznych i manifestacji ruchów kontrkulturowych z 1968 roku.

Projekt realizowany był w partnerstwie z organizacjami pozarządowymi z Austrii (Südwind), Włoch (GVC) i Słowenii (Focus) oraz z Instytutem Edukacji Dorosłych z Wiednia.



Więcej informacji:

[www.ekonsument.pl/MojaRewolucja](http://www.ekonsument.pl/MojaRewolucja)

**W ramach projektu:**

→ Zorganizowaliśmy szereg spotkań z młodzieżą i aktywistami, które miały na celu wzmocnienie świadomości młodzieży oraz popularyzowanie zaangażowania obywatelskiego. Podczas 3 warsztatów w Polsce, 3 grupy młodzieży dyskutowały ważne dla nich sprawy społeczne czy środowiskowe i możliwe rozwiązania.

→ Zorganizowaliśmy spotkanie w Krakowie, dla młodzieży z Austrii, Włoch i Słowenii. Grupa aktywistów i aktywistek dołączyła do Marszu dla Ziemi i razem z krakowskimi aktywistami i aktywistkami protestowała przeciwko niszczeniu planety. Poza uczestnictwem w Marszu dla Ziemi, młodzież pracowała nad wyodrębnieniem najważniejszych postulatów i stworzeniem „**Manifestu Młodzieży**”, który został przedstawiony posłom i posłankom na grudniowym spotkaniu z europosłami i europosłankami w Parlamencie Europejskim w Brukseli.

→ Utrzymywaliśmy kontakt z mediami, przygotowując informacje prasowe, które zostały rozesłane do ponad 4000 dziennikarzy i blogerów. Informacje na temat projektu i towarzyszących mu założeń były regularnie publikowane w naszych mediach społecznościowych.



### KAMPANIA „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE UBRANIA”

zwraca uwagę osób zainteresowanych modą, zarówno twórców jak i konsumentek i konsumentów, na problemy związane z przemysłem odzieżowo-tekstylnym. Z jednej strony upowszechniamy wiedzę o społecznych i ekologicznych nadużyciach związanych z produkcją ubrań, które codziennie wszyscy na siebie wkładamy. Z drugiej, staramy się pokazać pozytywne alternatywy dla konwencjonalnych, globalnie rozpowszechnionych marek. Przedstawiamy możliwości przeciwstawienia się łamaniu praw człowieka, praw pracowniczych oraz postępującemu zanieczyszczeniu środowiska. Podpowiadamy, jak wywierać wpływ na firmy odzieżowe, aby nakłonić je do stosowania uczciwych i dobrych praktyk korzystnych dla pracowników oraz odbiorców odzieży. W tym obszarze działamy w ramach międzynarodowej sieci [Clean Clothes Campaign](#).



Więcej informacji:

[www.ekonsument.pl/ubrania](http://www.ekonsument.pl/ubrania)

Popularyzujemy też odpowiedzialną modę powstającą przy poszanowaniu praw człowieka i z zachowaniem zasad Sprawiedliwego Handlu, modę ekologiczną i pochodzącą z recyklingu. Pomagamy producentom pragnącym tworzyć taką właśnie modę znaleźć odpowiedź na pytanie „jak to zrobić?”.

We współpracy z [Fashion Revolution Poland](#) oraz [Fundacją Fairtrade Polska](#) zorganizowaliśmy 3 spotkania „Odpowiedzialna moda od kuchni” (27 kwietnia w Warszawie, 11 maja w Krakowie oraz 26 października w Katowicach). Spotkania przeznaczone były dla pasjonatów zrównoważonej mody, projektantów i projektantek planujących założyć własną markę, dziennikarzy, osób już pracujących w branży modowej chcących mieć wpływ na to, w jaki sposób produkowane są ubrania oraz również dla studentów i studentek szkół odzieżowych i projektowania ubioru. Do naszego projektu zaprosiliśmy ekspertów związanych z kwestiami dotyczącymi mody zrównoważonej, którzy podzielili się z uczestnikami i uczestniczkami swoimi doświadczeniami. We wszystkich 3 spotkaniach udział wzięło ok. 250 osób.

Zrealizowaliśmy także projekt „[Kupuj odpowiedzialnie ubrania!](#)”, współfinansowany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych w ramach programu Polska Pomoc. Projekt był kampanią informacyjno-edukacyjną na rzecz zrównoważonej produkcji i konsumpcji odzieży i butów, skierowaną do ludzi młodych. Celem projektu była poprawa warunków życia i pracy osób zatrudnionych przy produkcji odzieży i obuwia w krajach globalnego Południa poprzez wzmocnienie świadomości młodych osób i zaangażowanie ich w działania na rzecz zrównoważonej produkcji i konsumpcji.

**W ramach projektu:**

- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej na temat problemów związanych z produkcją i konsumpcją odzieży oraz dostępnych rozwiązań. Zasięg kampanii prowadzonej przez internet wyniósł ok. 195 000 w grupie docelowej projektu.
- Przeprowadziliśmy akcje edukacyjne na 4 wydarzeniach w przestrzeni publicznej, skierowane do młodzieży: SLOT ART Festival w Lubiążu w dniach 9-13 lipca, Festiwal Kazimiernejszyn w Kazimierzu Dolnym w dniach 17-21 lipca, Gadafest w Miechowie w dniach 27-28 lipca, Cieszanów Rock Festiwal w dniach 15-17 sierpnia. Były to interaktywne stoiska Fundacji, gdzie młodzi ludzie mogli dowiedzieć się, gdzie i w jakich warunkach powstają kupowane przez nich ubrania i buty, z jakimi problemami wiąże się globalna produkcja tych artykułów, jakie skutki ma ona dla pracowników oraz społeczności lokalnych i środowiska naturalnego w krajach globalnego Południa. Osoby te zostały zaktywizowane do działania m.in. dzięki poradnikom konsumenckim, angażującej grze zespołowej oraz wystawie.
- W ramach kampanii braliśmy udział w warsztatach, spotkaniach i panelach dyskusyjnych dotyczących odpowiedzialnej mody i przeznaczonych m.in. dla projektantów, dziennikarzy i osób pracujących w branży modowej: Warsztat „Moda Zero Waste” 18 czerwca w Krakowie, debata „Wyzwania dla branży mody” (Make the Change in Fashion) 26 czerwca w Warszawie, wykład podczas Hackaton Ethical Fashion 8 lipca w Warszawie, warsztat dla nauczycieli w ramach Letniej Szkoły Edukacji Globalnej 21 sierpnia w Krakowie, warsztat „Co kryje się za metką Twoich ubrań” 21 września w Krakowie oraz panel dyskusyjny Nowe Eko Trendy x Maja Sablewska 18 listopada w Krakowie.
- Utrzymywaliśmy kontakt z mediami. W wyniku projektu pojawiło się 13 publikacji medialnych w mediach internetowych i tradycyjnych, dzięki czemu udało nam się dotrzeć do ok. 120 000 osób.





### CLEAN CLOTHES CAMPAIGN (CCC)

W ramach kampanii „Kupuj Odpowiedzialnie ubrania” angażowaliśmy się w działania Clean Clothes Campaign (CCC), międzynarodowej sieci organizacji pozarządowych i związków zawodowych działających na rzecz poprawy warunków pracy w globalnym przemyśle odzieżowym.



#### W ramach działań sieci:

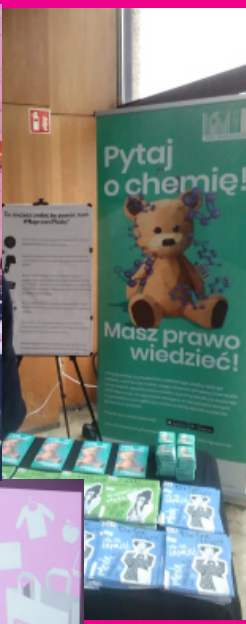
Prowadzimy stałą współpracę w ramach CCC uczestnicząc w rozwoju jej strategii oraz wspierając międzynarodowe kampanie sieci. Jednocześnie współpracujemy z członkami CCC w ramach kilku projektów. W 2019 roku główne działania obejmowały:

→ Wsparcie międzynarodowych kampanii CCC, m.in. kampanię „ZARA RESPECT”, nakierowaną na jedną z czołowych marek odzieżowych – Zarę. Głównym postulatem skierowanym do marki było podniesie pracownikom i pracownicom w łańcuchu dostaw wynagrodzenia do poziomu godnej płacy. Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych zachęcającą do kontaktu konsumentek i konsumentów z marką poprzez media społecznościowe.

→ Kontynuację „Women Leadership Development Programme”, w ramach którego przeprowadziliśmy analizę organizacji pracowniczych w przemyśle odzieżowym w Polsce oraz monitoring warunków pracy szwaczek w Polsce. Przeprowadziliśmy serię rozmów z pracownicami polskich szwalni, w wyniku których powstały 4 artykuły. Zostały opublikowane na naszej stronie internetowej i mediach społecznościowych. Wyniki rozmów zaprezentowaliśmy również na naszym wydarzeniu publicznym z okazji „Black Friday”. Na 2020 r. zaplanowaliśmy kampanię medialną nagłaśniającą zdiagnozowane problemy polskich szwaczek oraz inne działania wspierające pracownice przemysłu odzieżowego w Polsce.

→ Rozpoczęcie projektu “Filling the Gap: Achieving Living Wages through improved transparency”. Jest to kampania skupiająca się na zwiększeniu transparentności firm odzieżowych i upowszechnienia godnych płac. W 2019 r. przeprowadziliśmy analizę polityki głównych polskich firm w tym zakresie. Działania te będą rozwijane w 2020 r.







## WYDAWNICTWA

W związku z obecnością na licznych festiwalach i dużych wydarzeniach w przestrzeni publicznej, dodrukowaliśmy opublikowane w 2018 roku poradniki dotyczące odpowiedzialnej mody. Publikacje te zostały rozdyskrebowane podczas opisanych powyżej wydarzeń.

### PORADNIK „ŚMIECIOWE UBRANIA, CZYLI JAK NIE DAĆ SIĘ MODZIE NA MARNOWANIE”

Poradnik skupia się na skutkach nadkonsumpcji odzieży dla środowiska naturalnego, w szczególności na problemie zbyt dużej ilości odpadów, które często są wysyłane do krajów globalnego Południa i tam składowane zanieczyszczają środowisko i zagrażają zdrowiu lokalnych społeczności. W poradniku skrótowo przedstawiliśmy najważniejsze problemy związane z tzw. „szybką modą”, czyli nieodpowiedzialną nadprodukcją i nadkonsumpcją odzieży i butów i skupiliśmy się na promowaniu zachowań „zero waste”, czyli zmniejszaniu ilości odpadów tekstylnych produkowanych przez konsumentów, poprzez wielokrotne użycie ubrań i butów, dzielenie się, naprawianie, przerabianie, kupowanie ubrań dobrej jakości, wielofunkcyjnych i ponadczasowych.

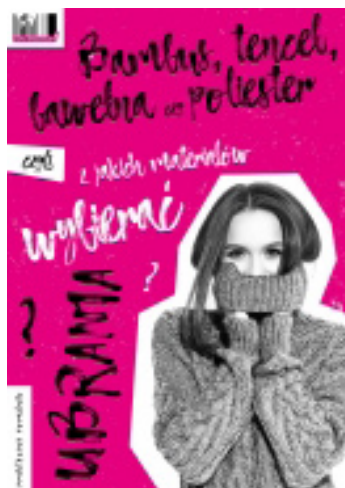


### PORADNIK „DOBRE ZAKUPY. JAK SIĘ ZARAZIĆ MODĄ NA ODPOWIEDZIALNOŚĆ”

Poradnik odpowiada na częste pytania konsumentów/ek o to, które firmy są „odpowiedzialne”. Przedstawiliśmy w nim skrótowo działania firm odzieżowych i obuwniczych dążące do wzmocnienia przestrzegania standardów praw człowieka i ochrony środowiska, szczególnie w krajach globalnego Południa, gdzie ma miejsce większość produkcji tych artykułów. Zaprezentowaliśmy wiele alternatywnych sposobów i rozwiązań na temat tego jak i gdzie kupować obuwie i ubrania od odpowiedzialnych firm, jak angażować się w kampanie konsumenckie, pokazaliśmy co udało się zmienić dzięki zaangażowaniu konsumentów w dotychczasowe kampanie konsumenckie, przedstawiliśmy czym jest ruch *slow fashion* oraz gdzie można szukać informacji na temat firm, które dbają o standardy środowiskowe i prawa pracownicze w swoich łańcuchach dostaw.

### PORADNIK „ZNAKI, ETYKIETY, CERTYFIKATY, CZYLI JAK SPRAWDZIĆ CZY MODA JEST NAPRAWDĘ EKO I FAIR?”

Poradnik jest zestawieniem podstawowych certyfikatów potwierdzających zachowanie standardów ochrony praw człowieka i środowiska przy produkcji ubrań i obuwia. Publikacja zawiera wyjaśnienie jak działają certyfikaty i skąd konsumenci mogą wiedzieć czy dane certyfikaty są wiarygodne. Następnie przedstawione zostały oznakowania, podstawowe kryteria ich przyznawania oraz wskazówki, gdzie szukać certyfikowanych produktów. Certyfikaty jakie opisaaliśmy w poradzie to: certyfikat dla bawełny Fairtrade (zapewniający zarówno standardy pracownicze, środowiskowe jak i wsparcie dla społeczności lokalnych w produkcyjnych krajach globalnego Południa), GOTS (potwierdzający standardy środowiskowe i wybrane standardy pracownicze w odniesieniu do procesu produkcji), Fair Wear Foundation (potwierdzający standardy pracownicze w fabrykach ubrań w krajach globalnego Południa), Oeko-Tex (zapewniający brak szkodliwych substancji chemicznych w gotowym produkcie).



### PORADNIK „BAMBUS, TENCEL, BAWEŁNA CZY POLIESTER, CZYLI Z JAKICH MATERIAŁÓW WYBIERAĆ UBRANIA”

Poradnik zawiera informacje o tym jaki wpływ na pracowników, społeczności lokalne, środowisko w krajach globalnego Południa ma produkcja konwencjonalnych materiałów takich jak np. bawełna, poliester czy skóra. Te procesy produkcyjne często niszczą środowisko i są niebezpieczne dla zdrowia osób zatrudnionych przy ich wytwarzaniu lub mieszkających w pobliżu miejsc produkcji zlokalizowanych głównie w krajach globalnego Południa. W poradniku znalazło się zestawienie alternatywnych materiałów, zdrowszych i bezpieczniejszych dla ludzi i środowiska, z wyszczególnieniem ich słabych i mocnych stron. Materiały opisane w poradzie to: bawełna ekologiczna, bawełna Fairtrade, len, wełna ekologiczna, wiskoza, włókno bambusowe, lyocell (tencel), cupro, poliester z recyklingu.





### GRA „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE”

W 2019 roku została również zaktualizowana gra „Kupuj Odpowiedzialnie”. Gra została zaktualizowana o bieżące treści merytoryczne, jej format uległ też przeróbce, tak by łatwiej można ją było realizować na wydarzeniach masowych. Gra pozwala poznać zagadnienia związane z odpowiedzialną produkcją i konsumpcją i pokazuje zależności między decyzjami konsumenckimi i działaniem globalnych firm, a sytuacją społeczności w krajach globalnego Południa. Gra była wykorzystywana podczas wydarzeń w przestrzeni publicznej, w których uczestniczyliśmy. W sumie zagrało w nią ok. 680 młodych osób,

## SIEĆ AKTYWISTÓW I WOLONTARIUSZY NA RZECZ ODPOWIEDZIALNEJ PRODUKCJI I KONSUMPCJI

Wśród działań podjętych przez nas w 2019 roku były także te zmierzające do rozwoju sieci aktywistów i aktywistek 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 2019 roku wzięliśmy udział w 10 festiwalach, targach i wydarzeniach lifestylowych, w tym m.in.: SLOTART Festival w Lubiążu w dniach 9-13 lipca, Festiwal Kazimierniejszyn w Kazimierzu Dolnym w dniach 17-21 lipca, Gadafest w Miechowie w dniach 27-28 lipca, Cieszanów Rock Festiwal w dniach 15-17 sierpnia. Na wszystkie wydarzenia przygotowaliśmy stoiska edukacyjno-informacyjne, na których aktywiści i aktywistki prowadzili/ły różnego rodzaju działania kampanijne oraz edukacyjne dotyczące odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji. Aktywiści informowali, dystrybuowali materiały kampanijne oraz zbierali kontakty do bazy FKO, poszerzając w ten sposób grupę odbiorców Fundacji. W organizację i prowadzenie działań zaangażowało się 5 aktywistów i aktywistek, dzięki czemu dotarliśmy do ok. 10 tys. osób, które odwiedziły stoisko FKO.

→ Zorganizowaliśmy szereg spotkań z aktywistami oraz uczniami szkół krakowskich, m.in. warsztat z młodzieżą w Zespole Szkół Pallotyńskich w Krakowie w dniu 14 marca, spotkanie ze studentami/tkami i aktywistami/tkami w krakowskiej siedzibie Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie w dniu 16 marca oraz warsztat „Moja odpowiedzialna rewolucja” w dniu 22 marca w Krakowie. W spotkaniach wzięło udział w sumie ok. 50 osób. Grupa, którą wyłoniliśmy spośród uczestników i uczestniczek zorganizowanych przez Fundację spotkań, stworzyła wspólny „Manifest Młodzieży” i pojechała z nami do Wiednia, gdzie spotkała się z rówieśnikami z innych krajów, oraz do Brukseli, gdzie przedstawiła europarlamentarzystom wypracowany wspólnie „Manifest Młodzieży”. Grupa uczestniczyła również w organizacji spotkania w Krakowie, na które została zaproszona młodzież z Włoch, Austrii i Słowenii.



## DZIAŁANIA RZECZNICZE, LOBBYSTYCZNE I STRAŻNICZE

W 2019 roku nawiązaliśmy kontakt z europarlamentarzystami i europarlamentarzystkami, wzięliśmy udział w okrągłym stole w Parlamencie Europejskim oraz włączyliśmy się w europejską kampanię „ZARA RESPECT”.

→ W ramach projektu „Moja Rewolucja”, grupa młodzieży z Polski, która została wyłoniona podczas trzech zorganizowanych przez nas warsztatów, wzięła udział w okrągłym stole w Parlamencie Europejskim, w Brukseli. Aktywiści przedstawili „Manifest Młodzieży”, wypracowany wspólnie z rówieśnikami z innych krajów, podczas spotkań w Wiedniu i Krakowie. „Manifest Młodzieży” został przedstawiony europosłom i europosłankom z Polski, Włoch, Austrii i Słowenii. Współorganizatorką spotkania z polskiej strony była europosłanka Sylwia Spurek. Główne postulaty polskiej młodzieży dotyczyły przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom oraz promowania edukacji konsumenckiej. Inicjatywa skierowana do młodzieży miała na celu wzmocnienie ich świadomości oraz zaangażowania obywatelskiego.

→ Włączyliśmy się w międzynarodową kampanię „ZARA RESPECT”. Akcja zorganizowana przez Clean Clothes Campaign była nakierowana na jedną z czołowych marek odzieżowych – Zarę. Głównym postulatem skierowanym do marki było podniesienie pracownikom i pracownicom w łańcuchu dostaw wynagrodzenia do poziomu godnej płacy. Kampania miała również na celu zwrócenie uwagi konsumentów i konsumentek na nieetyczne praktyki firmy oraz zachęcenie ich do kontaktu z marką poprzez media społecznościowe.

→ W 2019 roku zaangażowaliśmy się w kampanię związaną z występowaniem opóźniaczy spalania w produktach z recyklingu. W wyniku nacisków Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie oraz innych organizacji europejskich współpracujących z nami w ramach projektu „Pytaj o chemię”, podjęto decyzję o wycofaniu zezwolenia na używanie materiałów z recyklingu o wysokiej zawartości PBDE, co oznacza, że produkty zawierające toksyczne związki w ilości przekraczającej normy, nie będą już mogły być dopuszczone do obrotu, nawet jeśli są wykonane z materiałów z recyklingu.

## STRONA INTERNETOWA I KOMUNIKACJA PRZEZ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

W 2019 prowadziliśmy portal internetowy [www.ekonsument.pl](http://www.ekonsument.pl) stale go 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](https://www.facebook.com), [Instagram](https://www.instagram.com), [Twitter](https://twitter.com) i [LinkedIn](https://www.linkedin.com) gdzie oprócz informacji zamieszczanych na stronie internetowej publikowaliśmy także newsy z zakresu ekologii, life style'u, zero waste, odpowiedzialnej mody itp. Publikowaliśmy również nowe treści na kanale [Youtube](https://www.youtube.com) (filmy wideo) i [Flickr](https://www.flickr.com) (zdjęcia), a także prowadziliśmy i stale uaktualnialiśmy 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:

**68 000**



INSTAGRAM:

**9 900**



TWITTER:

**840**



LINKEDIN:

**59**



STRONY:

**308 000**



MEDIA:

**503 300**



## ROZWÓJ SIECI DARCYŃCÓW REGULARNYCH

W ramach wsparcia instytucjonalnego, przekazanego przez Fundację im. Stefana Batorego oraz program PROO Narodowego Instytutu Wolności, przeprowadziliśmy szereg działań mających na celu rozwój sieci darczyńców regularnych oraz pozyskanie funduszy na działania statutowe.

→ Przeprowadziliśmy kampanię telefoniczną w styczniu i lutym 2019 roku. Kampania była prowadzona na podstawie listy 977 kontaktów telefonicznych zgromadzonych przez FKO. W wyniku tych rozmów udało się nam pozyskać 13 darczyńców.

→ Przeszkoliliśmy grupę fundraiserek i rozpoczęliśmy współpracę z nimi przy bezpośrednim pozyskiwaniu darczyńców na stoiskach FKO na wydarzeniach masowych, w tym festiwalach i targach. Prowadziliśmy tam bezpośredni fundraising wśród uczestników wydarzeń, zachęcając ich do comiesięcznego wsparcia w formie Polecenia Zapłaty. W sumie od lipca do grudnia 2019 zorganizowaliśmy takie działania na 10 wydarzeniach, w tym: Slot Art Festival, Kazimier-nikejszyn, Gadafest, Ciesznów Rock Festiwal, Targi Slow Fashion, Targi Zero Waste, Trends4kids, States of Minds, Open Eyes Economy Summit, „Rewolucja konsumentka w Czarny Piątek”.

→ Opracowaliśmy i zrealizowaliśmy kampanię 1% pod hasłem „Między nami jest chemia”. Do połowy stycznia 2019 opracowane zostały materiały graficzne i tekstowe potrzebne do realizacji kampanii, stworzona została przestrzeń na stronie internetowej FKO dotycząca tegorocznej kampanii 1% ([www.ekonsument.pl/1procent](http://www.ekonsument.pl/1procent)). W okresie od połowy stycznia do końca kwietnia prowadziliśmy intensywną kampanię w mediach społecznościowych oraz wysłaliśmy 3 mailingi do potencjalnych darczyńców. Dzięki naszym działaniom udało się w 2019 r. zwiększyć prawie o 100% wysokość wpłat z 1% w porównaniu do roku 2018.

→ Zrealizowaliśmy kampanię zachęcającą do regularnych darowizn online, pod nazwą „Rewolucja Konsumentka”. Poprzedził ją warsztat, na którym wypracowaliśmy plan kampanii, główne przesłanie, wstępny harmonogram i plan materiałów promocyjnych. Intensywną kampanię w mediach społecznościowych prowadziliśmy w okresie październik-grudzień 2019, a jej punktem kulminacyjnym był Czarny Piątek (29.11.2019).

→ Wraz z powiększaniem się grupy darczyńców stopniowo rozwijamy działania komunikacyjne. Darczyńców zapraszamy też do zamkniętej grupy na Facebooku, do której należą również aktywiści/ki i wolontariusze/ki. Darczyńców zapraszaliśmy również na wydarzenia FKO, w szczególności na przyjęcie z okazji 5 urodzin FKO w lutym 2019 oraz coroczne wydarzenie z okazji Black Friday. Darczyńców i osoby wspierające nas w inny sposób (np. swoją pracą, promocją, wsparciem kampanii) zaprosiliśmy również do udziału w filmiku oraz do wystąpienia na zdjęciach w postach w mediach społecznościowych, promujących działania FKO i zachęcających do darowizn oraz wsparcia Fundacji. Film dostępny jest tu: <https://youtu.be/6PtQ4h1AkcU>

→ W wyniku wszystkich działań liczba regularnych darczyńców FKO wzrosła do 50 osób wspierających nas swoimi comiesięcznymi wpłatami. Utrzymujemy z nimi stały kontakt informując o działaniach FKO, zachęcając do dzielenia się opiniami i zapraszając do udziału w naszych akcjach.

# INFORMACJE FINANSOWE

## PRZYCHODY

RODZAJ PRZYCHODU	KWOTA PRZYCHODU	STRUKTURA PRZYCHODU
<b>Przychody z działalności statutowej</b>	<b>482 848,07</b>	<b>95,82%</b>
Dotacja Komisja Europejska DEAR, przekazana przez Oxfam (Projekt „Kupuj Odpowiedzialnie Owoce”, który zakończył się 28.02.2018)	93 752,79	19,42%
Dotacja Komisja Europejska DEAR, przekazana przez Sudwind (Projekt „Kupuj Odpowiedzialnie Buty”, który zakończył się 31.12.2017)	87 685,58	18,16%
Dotacja Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (Projekt “Pytaj o chemię”)	28 930,00	5,99%
Grant IPEN (Badanie na temat substancji chemicznych w plastiku)	2 186,13	0,45%
Dotacja Fundacji Edukacja dla Demokracji (Projekt “Kupuj Odpowiedzialnie Ubrania”)	35 000,00	7,25%
Dotacja Women’s Leadership Development Program/NoVo (Wsparcie pracowników w przemyśle odzieżowym w Polsce)	41 902,94	8,68%
Dotacja Komisja Europejska DEAR, przekazana przez Clean Clothes Campaign (Projekt “Filling the Gap: Achieving Living Wages through improved transparency”)	7 151,59	1,48%
Dotacja Program “Europa dla obywateli” (Projekt “Moja Rewolucja”)	75 308,92	15,60%
Dotacja instytucjonalna Fundacji Stefana Batorego (Rozwój sieci darczyńców regularnych)	41 620,00	8,62%
Dotacja Nadorowy Instytut Wolności - PROO (Wsparcie instytucjonalne)	53 100,00	11,00%
Darowizny pieniężne	8 958,32	1,86%
Przychody z 1%	7 251,80	1,50%
<b>Przychody z działalności gospodarczej</b>	<b>20 318,79</b>	<b>4,03%</b>
<b>Pozostałe przychody operacyjne</b>	<b>4,77</b>	<b>0,00%</b>
<b>Przychody finansowe</b>	<b>760,83</b>	<b>0,15%</b>
<b>SUMA PRZYCHODÓW</b>	<b>503 932,46</b>	<b>100,00%</b>

# INFORMACJE FINANSOWE

KOSZTY

RODZAJ KOSZTU	KWOTA KOSZTU	STRUKTURA KOSZTU
<b>Koszty działalności statutowej</b>	<b>497 318,91</b>	<b>96,74%</b>
Projekt "Pytaj o chemię" - NFOŚiGW	52 693,26	10,60%
Projekt "Pytaj o chemię" - EC LIFE	137 648,08	27,68%
Projekt "Pytaj o chemię" - DBU	12 800,00	2,57%
Badanie na temat substancji chemicznych w plastiku - IPEN	97 898,07	25,61%
Projekt "Kupuj Odpowiedzialnie Ubrania" - FED	35 000,00	7,04%
Wsparcie pracownic w przemyśle odzieżowym w Polsce - WLDP/NoVo	39 014,34	7,84%
Projekt "Filling the Gap: Achieving Living Wages through improved transparency" - DCI	4 658,58	0,94%
Projekt "Moja Rewolucja"	84 300,95	16,95%
Rozwój sieci darczyńców regularnych - dotacja instytucjonalna Fundacji Batorego	10 517,94	2,75%
Wsparcie instytucjonalne - NIW-PROO	53 100,00	10,68%
Koszty statutowe pozaprojektowe	1 506,51	,30%
<b>Koszty działalności gospodarczej</b>	<b>13 325,79</b>	<b>2,59%</b>
<b>Pozostałe koszty operacyjne</b>	<b>2 689,92</b>	<b>0,52%</b>
<b>Koszty finansowe</b>	<b>718,58</b>	<b>0,14%</b>
<b>KOSZTY OGÓŁEM</b>	<b>514 053,20</b>	<b>100,00%</b>



W publikacji wykorzystano zdjęcia wchodzące w skład archiwum Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie, w tym zdjęcia których autorem jest m.in.: Maciek Zygmunt.