



FAIRTRADE  
POLSKA

# RAPORT 2023





## Wydawca:

Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” – Fairtrade Polska Kraków, maj 2024

Zdjęcia użyte w publikacji:

Zdjęcie – okładka przód: OEES

Zdjęcie – okładka tył: Katarzyna Adamowicz

ISBN: 978-83-962548-9-4

@FairtradePolska w mediach społecznościowych:



[www.fairtrade.org.pl](http://www.fairtrade.org.pl)



## Wstęp

Szanowni Państwo!

Rok 2023 był dla nas symboliczny – 16.09.2013 roku Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia dokonał rejestracji naszej Fundacji, tak więc w ubiegłym roku obchodziliśmy okrągłą, **dziesiątą** rocznicę naszej oficjalnej działalności.

Z wdzięcznością i dumą prezentujemy ten Raport, gdyż pokazuje on nasze wspólne sukcesy, na które trzeba przecież patrzeć w kontekście trudnej sytuacji geopolitycznej i ekonomicznej. Najnowsze dane dotyczące rynku Fairtrade są jednak bardzo pozytywne i pokazują **ponad 30% wzrostu sprzedaży** produktów, a także **rekordową wartość premii Fairtrade**. To dobra wiadomość dla rolników, którzy szukają możliwości sprzedania surowców na zasadach Fairtrade, a to z myślą o nich przecież realizujemy wszystkie nasze działania.

Dziękujemy, że jesteście Państwo z nami!

Z poważaniem,

*Andrzej Żwawa*

Andrzej Żwawa  
Prezes Zarządu

# O Fairtrade



## Czym jest Fairtrade

Fairtrade to system certyfikacji produktów, który działa na rzecz poprawy sytuacji społeczno-rolniczych w krajach globalnego Południa. Obejmuje ponad 2 miliony rolników i pracowników najemnych w 70 krajach świata, zrzeszonych w ponad 1930 organizacjach producentów. Produkują oni między innymi kawę, herbatę, cukier trzcinowy, kakao, owoce tropikalne, bawełnę czy kwiaty. Na świecie jest ponad 37 tysięcy certyfikowanych produktów Fairtrade wytworzonych przez ponad 3300 firm posiadających licencję na korzystanie ze znaku FAIRTRADE.



ponad

**2 mln**

rolników i pracowników najemnych w 70 krajach



**3 367**

firm z licencją na używanie znaku FAIRTRADE



**37 600**

produktów ze znakiem FAIRTRADE dostępnych na całym świecie



Deborah Osei-Mensah, rolniczka zajmująca się uprawą kakao, Asuadai Cocoa Farmers' Cooperative Society, Ghana, fot. Francis Kokoroko/Fairtrade/Fairpicture

# Co wyróżnia Fairtrade?



Fairtrade zabiega o interesy rolników w warunkach istniejącej gospodarki rynkowej, stwarzając im szanse na uzyskanie uczciwej zapłaty za wytwarzane produkty. Rolnicy zrzeszeni w spółdzielniach Fairtrade mają pewność, że otrzymają za swe plony co najmniej ustaloną **cenę minimalną Fairtrade**, która chroni ich w przypadku spadków cen na światowym rynku.



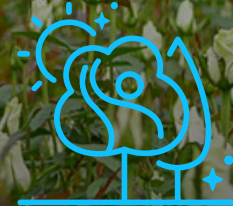
Oprócz stabilnych i uczciwych cen skupu rolnicy otrzymują również **premię Fairtrade** na rozwój. Środki z premii są przeznaczane na projekty rozwojowe, służące nie tylko rolnikom (poprawa jakości i wydajności upraw), lecz także całym społecznościom (poprawa warunków sanitarnych, dostęp do edukacji i opieki medycznej).



Poza kwestiami ekonomicznymi dla Fairtrade ważne są także kwestie społeczne i środowiskowe. Spółdzielnie producenckie są demokratycznie i transparentnie zarządzane. Rolnicy wspólnie decydują o tym, na co ich spółdzielnia przeznaczy premię Fairtrade. Rolnicy i pracownicy najemni w systemie Fairtrade są reprezentowani na wszystkich szczeblach organizacji i mają **połową mocy decyzyjnej** w Zgromadzeniu Ogólnym Fairtrade International.



Fairtrade aktywnie działa na rzecz **równych praw kobiet** w społecznościach rolniczych i dąży do **wyeliminowania pracy dzieci**.



Standardy Fairtrade zobowiązują producentów rolnych do **poszanowania lokalnego środowiska naturalnego**. Rolnicy zrzeszeni w certyfikowanych spółdzielniach nie są zostawieni sami sobie także w obliczu nasilających się skutków zmian klimatu – Fairtrade pomaga im poprzez wsparcie techniczne, tak by mogli wdrażać praktyki rolnicze zwiększające odporność na skutki zmian klimatu.

# O Fairtrade Polska

## Nasza wizja

Naszą wizją są sprawiedliwe relacje handlowe oparte na zasadach zrównoważonego rozwoju, dzięki którym ludzie poprzez swoją pracę mogą zapewnić godne życie sobie i swoim rodzinom oraz rozwijać swój potencjał.

## Nasza misja

Naszą misją jest propagowanie idei oraz standardów Fairtrade w celu wspierania marginalizowanych producentów z krajów globalnego Południa. Misję realizujemy poprzez budowanie świadomości, edukację w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji oraz działania na rzecz zwiększania dostępności produktów ze znakiem FAIRTRADE w Polsce.

## Nasze działania

Fairtrade Polska zajmuje się rozwojem rynku produktów z certyfikatem Fairtrade poprzez:

- wspieranie firm w zakresie certyfikacji produktów Fairtrade,
- promowanie produktów z certyfikatem Fairtrade wśród konsumentów,
- podnoszenie świadomości i edukację globalną m.in. przez kampanię Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu,
- prowadzenie działań rzeczniczych, np. ws. zrównoważonych zamówień publicznych.

Nie zajmujemy się obrotem produktami Fairtrade ani nie prowadzimy żadnej innej działalności gospodarczej. Sprawozdania z działalności Organizacji Pożytku Publicznego znajdują się w Biuletynie Informacji Publicznej ([bip.fairtrade.org.pl](http://bip.fairtrade.org.pl)).

## Zespół Fundacji



**Michał Bryda-Przybyszewski**  
komunikacja



**Dominika Dzido**  
administracja  
i finanse



**Paulina Dziedzic**  
wsparcie biznesu



**Maria Huma**  
(do 31.10.2023)



**Martyna Kowacka**  
projekty  
(od 23.02.2024)



**Tomasz Makowski**  
wsparcie biznesu



**Aleksandra Mazurkiewicz**  
biuro



**Magdalena Pastuszek**  
(do 21.01.2024)



**Zbigniew Szalbot**  
Członek Zarządu  
Fundacji

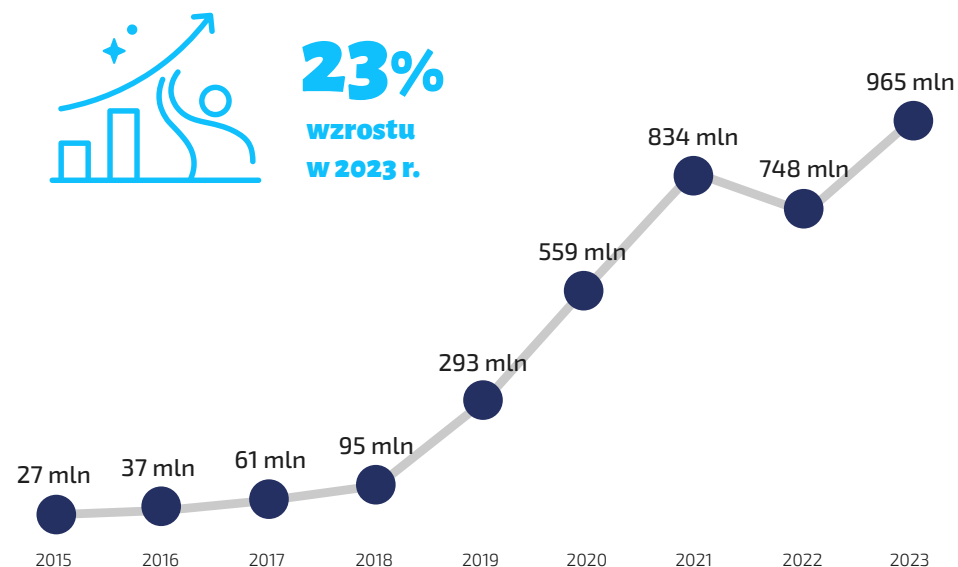


**Andrzej Żwawa**  
Prezes Zarządu  
Fundacji

# Współpraca z biznesem

## Sprzedaż produktów z certyfikatem Fairtrade

Wartość rynku Fairtrade w Polsce w 2023 roku sięgnęła niemal **1 mld złotych** (965 086 097 zł) i jest to **wzrost o 23% względem poprzedniego roku**. Są to dane szacunkowe opracowane na podstawie danych z Fairtrade International, nie uwzględniają inflacji oraz bazują na cenach hurtowych netto. Rzeczywista wartość sprzedaży detalicznej przekracza wspomniany miliard złotych.

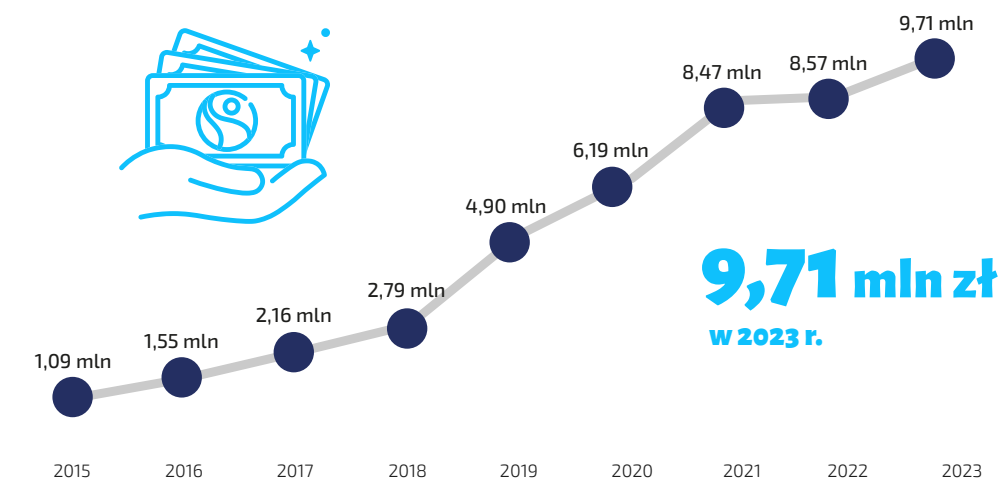


Wykres:  
Wartość sprzedaży hurtowej netto produktów z certyfikatem Fairtrade (w mln PLN)

## Premia Fairtrade

Wzrost sprzedaży produktów ze znakiem FAIRTRADE oznacza zwiększenie zapotrzebowania na certyfikowane surowce, a w związku z tym wyższą wartość premii Fairtrade, którą otrzymują rolnicy z krajów globalnego Południa. Wzrost sprzedaży produktów nie przekłada się na identyczny wzrost wartości premii Fairtrade z uwagi na takie czynniki, jak różny skład procentowy surowców w produktach oraz różnice w cenach poszczególnych produktów. W 2023 roku dzięki zakupom certyfikowanych produktów przez konsumentów w Polsce premia Fairtrade wyniosła **ponad 9,7 mln złotych, co oznacza wzrost o 13% w porównaniu do ubiegłego roku**. To Państwa wkład w budowanie bardziej sprawiedliwego świata poprzez zwykłe uwzględnianie w zakupach produktów z certyfikatem Fairtrade! Dziękujemy!

**Premia Fairtrade to dodatkowe środki przeznaczone na projekty rozwojowe, służące nie tylko poszczególnym rolnikom (poprawa jakości i wydajności upraw), lecz także całym społecznościom (poprawa warunków sanitarnych, dostęp do edukacji i opieki medycznej).**



Wykres:  
Wartość premii Fairtrade (w mln PLN)

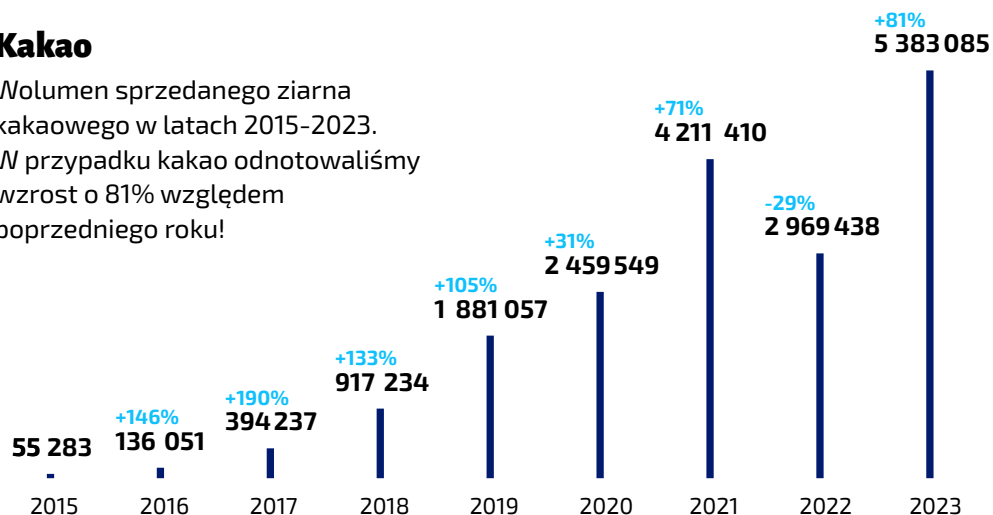
## Kategorie produktowe

Dwie najważniejsze kategorie produktowe w Polsce to bezsprzecznie wyroby na bazie **kakao** oraz **kawa**.

### Kakao

Wolumen sprzedanego ziarna kakaowego w latach 2015-2023.

W przypadku kakao odnotowaliśmy wzrost o 81% względem poprzedniego roku!

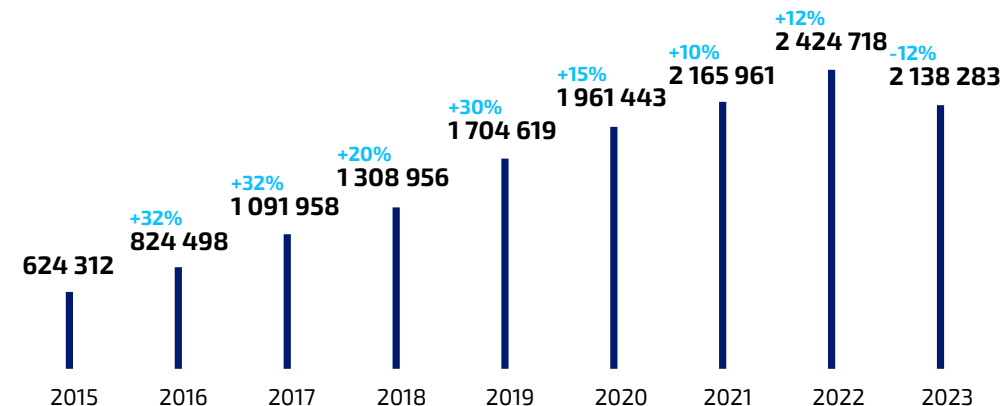


Wykres:  
Sprzedaż kakao (kg) i dynamika rok do roku (%)

### Kawa

Wolumen sprzedanego zielonego ziarna kawowego w latach 2015-2023.

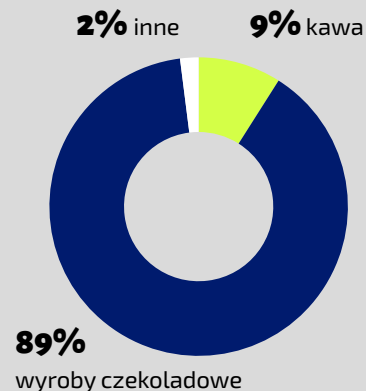
W przypadku kawy odnotowaliśmy spadek o 12% względem poprzedniego roku.



Wykres:  
Sprzedaż kawy (kg) i dynamika rok do roku (%)

### Udział procentowy w kategorii produktów

Jeśli chodzi o udział poszczególnych kategorii produktowych, to zdecydowanie dominują wyroby czekoladowe, które w 2023 roku wygenerowały 89% sprzedaży (ceny hurtowe netto). Na drugim miejscu plasuje się kawa z 9% udziałem w sprzedaży. Wszystkie inne kategorie produktowe odpowiadają za pozostałe 2% wartości sprzedaży.



### Produkty z certyfikatem Fairtrade sprzedane w Polsce w 2023 roku



## Firmy certyfikowane i licencjobiorcy

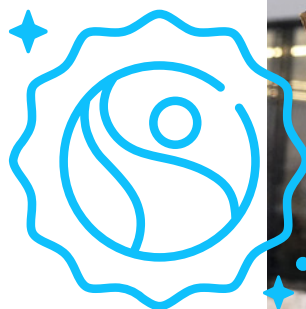
Firmy zainteresowane systemem Fairtrade mogą uzyskać certyfikat Fairtrade oraz licencję na korzystanie ze znaku FAIRTRADE. Certyfikacją Fairtrade zajmuje się jednostka certyfikująca FLOCERT ([www.flocert.net](http://www.flocert.net)). Certyfikat umożliwia firmom obrót i przetwarzanie surowców Fairtrade w celu produkcji artykułów spożywczych lub innych. Sam certyfikat nie daje prawa do umieszczenia na opakowaniach produktów znaku FAIRTRADE. Umieszczenie tego znaku na opakowaniu możliwe jest dopiero po podpisaniu umowy licencyjnej z właścicielem znaku – Fairtrade International.

Na koniec 2023 roku mieliśmy:

- 33 firmy, które posiadały certyfikat Fairtrade umożliwiający zakup certyfikowanych surowców oraz ich dalsze przetwarzanie;
- 5 firm, które posiadały umowę licencyjną na używanie znaku FAIRTRADE na opakowaniach produktów;
- 12 firm, które posiadały zarówno certyfikat, jak i umowę licencyjną.

Nowe firmy, które pojawiły się w systemie Fairtrade w 2023 roku:

- **Adikam Sp. z o.o.** / Licencja: ziarno kakaowe / [adikam.com](http://adikam.com)
- **AlphaTexx Sp. z o.o.** / Certyfikacja i licencja: bawełna
- **CD S.A.** / Certyfikacja: ziarno kakaowe / [cdsa.pl](http://cdsa.pl)
- **Eco Mindset Sp. z o.o.** / Certyfikacja i licencja: owoce suszone i orzechy / [biossom.bio](http://biossom.bio)



### Lidl Polska poszerza ofertę wyrobów czekoladowych z certyfikatem Fairtrade

Lidl – wśród sieci swojego formatu – posiada najwięcej produktów ze znakiem FAIRTRADE w stałej ofercie. Są to przede wszystkim artykuły marek własnych: Favorina, Deluxe, Fin Carre oraz Fairglobe. **Obecnie 100% czekolad marki własnej Lidl Polska posiada certyfikat Fairtrade.** Sieć jest także zdecydowanym liderem sprzedaży produktów stworzonych na bazie certyfikowanych ziaren kakao Fairtrade. W zeszłym roku **zakupy klientów sieci Lidl ze wszystkich kategorii produktowych wygenerowały ponad 2 miliony złotych w ramach premii Fairtrade.** To dodatkowe środki, które trafiają do certyfikowanych spółdzielni rolniczych przy sprzedaży plonów.



**Obecnie 100%  
czekolad marki  
własnej Lidl Polska  
posiada certyfikat  
Fairtrade.**



## Konsultacje dla firm

Nieodpłatnie pomagamy firmom zainteresowanym uzyskaniem certyfikacji Fairtrade oraz licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE, w przystępny sposób objaśniając poszczególne aspekty systemu Fairtrade. W 2023 roku przeprowadziliśmy tego typu konsultacje dla 17 firm, które dotyczyły certyfikacji Fairtrade oraz konkretnych narzędzi stosowanych w tym systemie, takich jak Fairtrade Connect.

## Wydarzenia biznesowe

Poland & CEE  
2023 **Retail Summit**

### **Retail Summit Poland & CEE w Warszawie (29-30.03)**

To cykliczne, dwudniowe wydarzenie gromadzi prezesów i menadżerów największych polskich firm branży detalicznej.

W 2023 r. w wydarzeniu wzięło udział ponad 2000 uczestników,

w tym 249 mówców i panelistów. Jako partner wydarzenia eksponowaliśmy znak certyfikacyjny Fairtrade poprzez wystawienie rollupów w każdej z czterech sal konferencyjnych, wyświetlając w holu głównym filmy o Fairtrade, a także przekazując zestawy podarunkowe z kawą i czekoladkami z certyfikatem Fairtrade dla wszystkich panelistów.

### **World of Coffee w Atenach (22-24.06)**

Jest to duże wydarzenie branży kawowej odbywające się co roku w innym kraju. W 2020 oraz 2023 r. miało się odbyć w Warszawie, jednak plany organizatorów zostały pokrzyżowane najpierw przez pandemię, a następnie przez rosyjską wojnę w Ukrainie. Ostatecznie wybór padł na Ateny. Nasza przedstawicielka zabrała tam nasze publikacje w języku angielskim, ukraińskim i rosyjskim. Miała też okazję porozmawiać o tym, jak działa Fairtrade z producentami kawy Fairtrade z Brazylii, Laosu, Kolumbii i Wietnamu.



World of Coffee w Atenach, tot. Fairtrade Polska

## International Conference on Business and Human Rights in CEE & Central Asia, Warszawa (1-2.06)

Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu oraz Krajowy Uniwersytet Prawa im. Y. Mudryi z Charkowa, we współpracy z Uniwersytetem Vistula, zorganizował wydarzenie, które miało na celu przedstawienie niektórych wybranych wydarzeń i trendów w sferze biznesu i praw człowieka (BHR) oraz prezentację wyzwań i możliwości wdrożenia należytej staranności w zakresie praw człowieka (ang. Human Rights Due Dilligence) przez firmy z regionu. Była to też okazja do zapoznania się z materiałami nt. systemu Fairtrade oraz skosztowania produktów z tym certyfikatem podczas przerw kawowych.

## Cupping brazylijskich kaw w Warszawie (29.06)

Ambasada Brazylii zorganizowała w warszawskiej Elektrowni Powiśle cupping kaw, podczas którego bariści przeprowadzili profesjonalne testowanie smaku i aromatu różnych kaw dostarczonych przez brazylijskich rolników. Uczestnicy wysłuchali m.in. dwóch prezentacji przedstawicieli kooperatyw uprawiających kawę w Brazylii. Kooperatywę COOMAP z regionu Minas Gerais, która posiada certyfikat Fairtrade, reprezentował Rafael Furtado Fonseca. Opowiedział on o wielu programach socjalnych, środowiskowych oraz rozwojowych, które są realizowane przez spółdzielnię dzięki premii Fairtrade. Zrobiliśmy z nim krótki wywiad, który zamieściliśmy na kanale [YouTube Fairtrade Polska](#).

Oprócz przekąsek typowych dla brazylijskiej kuchni uczestnicy mogli skosztować ufundowanych przez nas przysmaków z certyfikatem Fairtrade – czekoladek oraz suszonych ananasów, mango, rodzynek i daktyli.

## Konferencja prasowa „Biznes i prawa człowieka. Ochrona i szacunek w białych rękawiczkach” (24.10)

Na konferencji organizowanej w Warszawie przez Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu oprócz tematu przewodniego uczestnicy mieli okazję zaznajomić się również z publikacjami nt. systemu Fairtrade oraz mogli napić się kawy i herbaty z tym certyfikatem.



Cupping brazylijskich kaw w Warszawie, fot. Fairtrade Polska

## Forum Ekonomiczne w Karpaczu (5.09)

Forum Ekonomiczne jest największą konferencją polityczno-gospodarczą w Europie Środkowej i Wschodniej. W jej trakcie zorganizowaliśmy **Śniadanie Fairtrade** na stoisku Lidl Polska. Można na nim było skosztować produktów Fairtrade będących w ofercie sieci i napić się certyfikowanej kawy, serwowanej ze specjalnie brandowanych kubków. Stoisko Lidl Polska cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem uczestników Forum, odbyły się na nim m.in. konferencja prasowa, spotkanie dla dostawców oraz pokaz kulinarny Karola Okrasy. Dla odwiedzających Lidl Polska przygotował pakiety prezentowe, w skład których wchodziły m.in. wyroby czekoladowe ze znakiem FAIRTRADE. Na stoisku bardzo mocno eksponowany był znak certyfikacyjny FAIRTRADE. Był on również widoczny na ulotkach i table talkerach. W Forum udział wzięło niemal 8 000 osób.

## Targi i szkolenia

Na Biofach (14-17.02, Norymberga) oraz BioExpo Warsaw (5-7.10, Nadarzyn) na stoisku Polskiej Izby Żywności Ekologicznej znalazły się polskie produkty Fairtrade takich marek jak Cafe Sati, Coffee Hunter, Golden Grain, Pizca del Mundo, Rene Coffee Magmar, Stop Café i Fairpants.

Ponadto, szukając kontaktu z firmami zainteresowanymi wprowadzeniem produktów Fairtrade do swojej oferty, w 2023 r. odwiedziliśmy branżowe targi i imprezy takie jak np.: Industry Insights Dinners (23 i 24.01, Warszawa), EuroGastro i World Hotel (28.03, Nadarzyn), Klub Prezesa Spotem (31.03, Kraków), Europejski Kongres Gospodarczy (24-25.04, Katowice), Warsaw Food Expo (16-18.05, Nadarzyn), Międzynarodowe Targi Stacja Paliw (17-19.05, Warszawa), II ESG Forum (21.09, Warszawa), Forum Rynku Spożywczego i Handlu (06-07.11, Warszawa), HORECA Gastrofood (08-10.11, Kraków), Konferencja Zrównoważonego Rozwoju „Energia Życia” Biedronki (28.11, Warszawa).



Forum Ekonomiczne w Karpaczu, fot. Fairtrade Polska

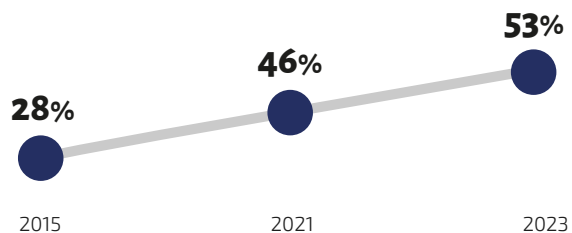
## Badania rozpoznawalności znaku Fairtrade

W 2023 roku uczestniczyliśmy w badaniu rozpoznawalności znaku FAIRTRADE zrealizowanym w 15 krajach na świecie, w tym w Polsce. Badanie przeprowadziła firma GlobeScan na zlecenie Fairtrade International. Raport zawiera cenne informacje nie tylko na temat tego, jak postrzegany jest system Fairtrade przez konsumentów, ale także jak kształtuje się rozpoznawalność innych znaków certyfikacji etycznej bądź ekologicznej oraz jakie są najczęstsze motywacje klientów w wyborze produktów pozyskiwanych w sposób etyczny i zrównoważony.

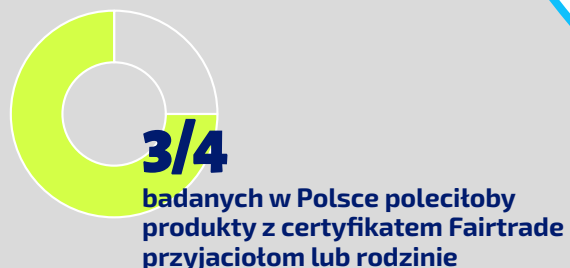
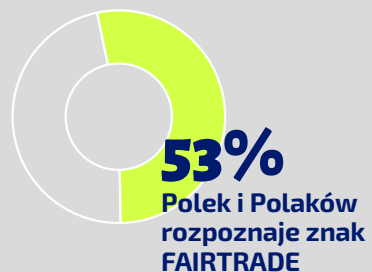
### Rozpoznawalność oraz poziom zaufania do znaku FAIRTRADE

W 2023 r. **53% Polek i Polaków zadeklarowało, że rozpoznaje znak FAIRTRADE** na produktach, z czego 21% widziało znak często, a 32% czasami. Odsetek osób deklarujących rozpoznawanie znaku jest znacząco wyższy (64%) w przedziale wiekowym 18–24 lata.

Deklarowany poziom zaufania do znaku FAIRTRADE **82% wśród osób, które rozpoznają znak.**



Wykres:  
Rozpoznawalność znaku FAIRTRADE w Polsce w latach 2015, 2021 i 2023



### Niezgoda na pracę dzieci

Respondentów zapytano również o najbardziej motywujące czynniki zakupowe. W tej edycji badań, tak jak w poprzedniej, najwięcej osób wskazało **niezgode na pracę dzieci**.

Kolejne najczęściej wskazywane obszary oddziaływania systemów certyfikacji motywujące do zakupów to:

- ograniczanie stosowania środków ochrony roślin, środków chemicznych i produktów modyfikowanych genetycznie oraz niezgoda na pracę przymusową
- ochrona bioróżnorodności
- przeciwdziałanie wylesianiu i poprawa zarządzania ziemią uprawną

### Postrzeżenie marki

Polscy konsumenci mają bardzo pozytywną opinię na temat wpływu znaku FAIRTRADE na postrzeżenie marki. Na pytanie: *Gdyby produkt, który Pan/ Pani zazwyczaj kupuje, zyskał znak FAIRTRADE, jaki miałoby to wpływu na postrzeżenie marki tego produktu?* aż **83% badanych zaznaczyło odpowiedź bardzo pozytywny lub pozytywny wpływ.**

Trzy czwarte badanych w Polsce poleciliby produkty z certyfikatem Fairtrade przyjaciołom lub rodzinie.

Pełną wersję raportu można pobrać z naszej [strony internetowej](#).



# Kampanie Fairtrade Polska

## Miesiąc Fairtrade (12.05-12.06)

Celem kampanii Miesiąc Fairtrade jest promowanie idei Sprawiedliwego Handlu oraz systemu etycznej certyfikacji Fairtrade w Polsce. Miesiąc Fairtrade 2023 odbywał się pod hasłem „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 2023 udało nam się dotrzeć do ponad 1,5 miliona użytkowników mediów społecznościowych. Naszą stronę internetową odwiedziło w tym czasie ponad 22 400 osób. Byliśmy obecni także w mediach i prasie, udzielając 9 wywiadów radiowych oraz publikując informacje prasowe na portalach branżowych oraz informacyjnych.

W naszych działaniach wspierały nas osoby prowadzące na Instagramie profile posiadające od 40 do 60 tys. obserwujących.

### Konferencja online

Kampanię Miesiąc Fairtrade rozpoczęliśmy 12 maja – w przeddzień Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu. Zorganizowaliśmy konferencję online, na którą zarejestrowało się 67 osób. Podczas konferencji przedstawiliśmy najważniejsze punkty obchodów Miesiąca Fairtrade oraz zaprezentowaliśmy dane z rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce, zawarte w naszym raporcie z r. 2022. Przedstawiliśmy też wstępne dane nt. rozpoznawalności znaku Fairtrade wśród polskich konsumentów. Omówiliśmy także ostatnie badania na temat pozytywnego wpływu Fairtrade na pracowników farm kwiatowych w Afryce Wschodniej. Na koniec odpowiadaliśmy na pytania uczestników konferencji.



Fot. Miasto Toruń

## Kampania społeczna

W 2023 r. podczas Miesiąca Fairtrade skupialiśmy się głównie na problemie pracy dzieci oraz na tym, co każdy z nas może zrobić, by pomóc ograniczyć to fatalne zjawisko. Plakaty promujące naszą kampanię społeczną „Do szkoły czy do pracy? Ty wybierasz” były eksponowane na 336 citylightach w 19 miastach w całej Polsce. Kampania była także realizowana w ponad 70 galeriach handlowych na ponad 490 ekranach. Łączny zasięg kampanii wyniósł ponad 4 miliony odbiorców, co przełożyło się na ok. 40 milionów kontaktów z nośnikami.

Statystyki z kampanii outdoorowej dostarczone przez firmę AMS:

- 336 plakatów citylight – 3 821 352 łącznego zasięgu – 39 767 183 kontaktów z nośnikami
- 9 ekranów digital citylight – 277 089 emisji
- 494 ekrany w galeriach handlowych – 447 827 emisji

Wspierały nas także miasta: Poznań, Gdańsk, Toruń, Jelenia Góra oraz wybrane uczelnie i szkoły w całym kraju, które eksponowały te plakaty bezpłatnie na własnych nośnikach.

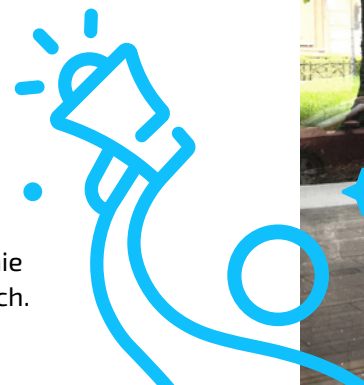
## Loteria paragonowa

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 30 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: [fairtrade.org.pl/loteria](https://fairtrade.org.pl/loteria). Na koniec należało zrobić zdjęcie paragonu wraz z opakowaniem produktu do weryfikacji w przypadku wygranej.

Otrzymaaliśmy ponad 1200 zgłoszeń, spośród których zostało wylosowanych 40 zwycięzców.

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



Fot. Fairtrade Polska

## Działania medialne

W trakcie Miesiąca Fairtrade wspólnie z naszymi partnerami publikowaliśmy w mediach informacje prasowe nt. Miesiąca Fairtrade 2023, Raportu Fairtrade Polska za r. 2022 i danych nt. premii Fairtrade wygenerowanej przez zakupy certyfikowanych produktów w Polsce. Z okazji Światowego Dnia Sprzeciwu Wobec Pracy Dzieci przygotowaliśmy również artykuł, w którym uświadamialiśmy skalę problemu pracy dzieci na świecie oraz omawialiśmy, jak system Fairtrade stara się odpowiadać na to wyzwanie.

## Międzynarodowy Dzień Kawy (29.09)

95% plantacji kawy na świecie to małe gospodarstwa o powierzchni do 5 ha. Drobni rolnicy odpowiadają nawet za trzy czwarte produkcji kawy na świecie. To właśnie z takimi plantatorami współpracuje Fairtrade.

Z okazji Międzynarodowego Dnia Kawy przeprowadziliśmy wywiad z Rafaelem Furtado Fonseca z brazylijskiej kooperatywy kawowej COOMAP. [Wywiad jest zamieszczony](#) na naszym kanale YouTube oraz na naszej stronie [www.fairtrade.org.pl](http://www.fairtrade.org.pl) – zachęcamy do postuchania tego, co Rafael miał nam do powiedzenia. Oto krótki cytat:

**Chciałbym powiedzieć polskim konsumentom, że za każdym razem, gdy piją kawę z certyfikatem Fairtrade, mogą być pewni, że ta sama radość i zadowolenie, jakie odczuwają pijąc dobry produkt, odczuwają również producenci owej kawy, ponieważ mają szansę na godne i uczciwe życie.**



Fot. Fairtrade Polska

## Kampania „Kalendarz Adwentowy Fairtrade” (1-24.12)

W grudniu zrealizowaliśmy Loterię edukacyjną pn. Kalendarz Adwentowy Fairtrade – to zabawa, która polegała na codziennym odstawianiu 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. Sponsorem nagrody głównej była firma J.J. Darboven. Loteria została zorganizowana we współpracy z agencją Nofsza.



W czasie trwania loterii otrzymaliśmy łącznie 39 275 zgłoszeń. Naszą stronę internetową odwiedziło 32 tys. osób, uzyskaliśmy ponad 170 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).

## Kampania „Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu”

Polska kampania *Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* jest częścią międzynarodowego ruchu [Fair Trade Towns](#), 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 Przyjazna/e dla Sprawiedliwego Handlu*. Jest on przyznawany na 2 lata. Poniżej prezentujemy wybrane działania podmiotów, które zgłosiły akces do kampanii.

### **Warsztaty dla studentów Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie (13.01)**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (obecnie: Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej) jako pierwszy w Polsce uzyskał tytuł *Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*.

Na zaproszenie dr Ewy Radomskiej przeprowadziliśmy warsztaty dla dwóch grup ok. 70 studentek i studentów kierunku Ekonomia społeczna. Zwróciliśmy uwagę na wyzwania, z jakimi mierzą się mieszkańcy krajów globalnego Południa oraz zaprezentowaliśmy, w jaki sposób system certyfikacji Fairtrade wspiera społeczność rolnicze i pracowników.

### **Wręczenie dyplomu Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu władzom Jeleniej Góry (26.04)**

Jelenia Góra, dzięki staraniom lokalnych aktywistów oraz władz miejskich, przedłużyła tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*. W uroczystości wręczenia dyplomu władzom Jeleniej Góry udział wzięła Monika Onyszkiewicz, członkini naszej Rady z ramienia Fundacji EkoRozwoju z Wrocławia.



Fot. Fairtrade Polska



## Warsztaty nt. Fairtrade na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu (16.05)

W ramach Festiwalu Nauki i Sztuki zorganizowanego na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, w czasie którego uczelnia jest otwarta dla uczniów szkół średnich, jej studenci przygotowali stoisko z fontanną czekoladową, kawą, herbatą i cukrem z certyfikatem Fairtrade. Stoisko przykuwało uwagę, dzięki czemu duża liczba uczniów i uczennic szkół średnich nie tylko skosztowała produktów z tym certyfikatem, ale też wzięła udział w teście wiedzy na temat Fairtrade. Studenci zadawali dzieciom pytania, a najbardziej aktywni uczestnicy dostawali w nagrodę czekolady i bawełniane koszulki z certyfikatem Fairtrade. Na stoisku były też materiały informacyjne nt. systemu Fairtrade, tj. ulotki modowe, komiksy, plakaty i in. publikacje.

## Konferencja w Krakowie „EDUKACJA ZMIANY. Dlaczego i jak uczyć o zmianach klimatu” (30.05)

Zorganizowana przez Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie (obecnie: Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej) konferencja, skierowana do nauczycieli, wykładowców oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych, była okazją do pokazania tematyki Sprawiedliwego Handlu w kontekście wyzwań związanych ze zmianami klimatu. To właśnie rolnicy i pracownicy z krajów globalnego Południa należą do najbardziej narażonych na negatywne konsekwencje zmian klimatycznych. Na stołach cateringowych, prócz kawy, herbaty oraz cukru z certyfikatem Fairtrade znalazły się materiały informacyjne nt. Fairtrade. Wydarzenie zgromadziło ok. 80 osób.

## Odnowienie dyplomu Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu przez Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (15.11)

Dyplom zaświadcza o odnowieniu tytułu *Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu* przez Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (dawniej Uniwersytet Pedagogiczny) przekazaliśmy na ręce prof. dr hab. Romana Kochnowskiego, Dziekana Wydziału Nauk Społecznych UKEN.

Ponadto, na zaproszenie dr Ewy Radomskiej, nasi przedstawiciele przeprowadzili zajęcia dla studentów II roku Ekonomii społecznej w ramach Ekonomii rozwoju społecznego. Zajęcia przybliżały historię powstania ruchu Sprawiedliwego Handlu oraz dzisiejszą działalność Fairtrade Polska na rzecz rolników i pracowników najemnych z krajów globalnego Południa. Zajęcia odbywały się dla dwóch grup po ok. 45 studentów.



Fot. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu



Fot. Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie



Fot. Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

# 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 2023 r. hasło TEG brzmiało „Peace for the Planet, a Planet of Peace” („Pokój dla planety. Planeta pokoju”).

Wspieramy prowadzone w ramach TEG działania szkół, uczelni i innych jednostek edukacyjnych (zwłaszcza już uczestniczących w kampanii *Spółeczności Przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu*).

## Tydzień Edukacji Globalnej w Szkole Podstawowej nr 35 w Toruniu (13-17.11)

W szkole zorganizowano kawiarenkę „Czarne złoto”, prelekcję nt. Sprawiedliwego Handlu i pokaz filmów o tej tematyce. Wydarzenie to zgromadziło kilkadziesiąt osób. Wsparliśmy je poprzez wysyłkę produktów spożywczych takich jak: słodycze, kawa herbata i cukier, publikacji (w tym komiksu o systemie Fairtrade), a także materiałów filmowych. W czasie działania kawiarenki Szkoła zorganizowała zbiórkę pieniędzy na zakup sportowych piątek z certyfikatem Fairtrade.

## Seminarium „Fair Trade dla pokoju” w Jeleniej Górze (15.11)

Na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu filia w Jeleniej Górze odbyło się seminarium pt.: „Fair Trade dla pokoju”. W programie znalazły się takie tematy jak „Kampania Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu w Jeleniej Górze – wyzwania i sukcesy” (Elżbieta Wardzała), czy też „Zrównoważone modele biznesu na przykładzie europejskich przedsiębiorstw Sprawiedliwego Handlu” (dr Magdalena Śliwińska z UE w Poznaniu) oraz quiz online dotyczący wiedzy nt. Sprawiedliwego Handlu. Dostępny był poczęstunek z produktów z certyfikatem Fairtrade (kawa, herbata, cukier, słodycze). W wydarzeniu wzięło udział ok. 40 osób.

## Akademia dla klimatu na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu (17.11)

Wydarzenie miało formy wykładową oraz warsztatową. Wzięli w nim udział przedstawiciele kilku dużych firm różnych branż oraz studenci Uniwersytetu Ekonomicznego. Dr Dorota Teneta przedstawiła ideę Fairtrade oraz przygotowała stoisko z materiałami o tematyce Fairtrade i tym samym oficjalnie rozpoczęła kampanię *Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu* na UE we Wrocławiu.



Fot. Szkoła Podstawowa nr 35 w Toruniu

# Wydarzenia

## Free Cone Day w Warszawie (3.04)

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.

Jako partner wydarzenia mieliśmy namiot z materiałami informacyjnymi, w którym uczestnicy wydarzenia mogli dowiedzieć się, co kryje się za znakiem certyfikacyjnym Fairtrade znajdującym się na opakowaniu lodów B&J. Dodatkowo w naszym namiocie można było sobie zrobić własną przypinkę z napisem „I love Fairtrade”. Mimo bardzo niskich temperatur na plac przed Pałacem Kultury i Nauki przybyło kilkaset osób.

## Philanthropy Summit Poland 2023 oraz Wieczór „Dobroczynicy Roku” w Warszawie (31.05)

Podczas Gali Filantropii mieliśmy ściankę informacyjną, przy której eksponowane były ulotki o systemie Fairtrade i informacje o certyfikowanym kakao. Uczestnicy wydarzenia mogli częstować się czekoladkami Fairtrade oraz otrzymali pakiety prezentowe z produktami Fairtrade.

## Dzień wartości w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie (13.06)

Jest to cykliczne święto przypominające o 5 kluczowych wartościach uczelni zdefiniowanych w Kodeksie etyki Szkoły Głównej Handlowej: profesjonalizmie, współpracy, uczciwości, szacunku i prawdzie. Zorganizował je Zespół Zrównoważonego Rozwoju i ESG działający w SGH. Dla uczestniczących w wydarzeniu pracowników uczelni, poza wieloma innymi aktywnościami, przygotowano również stoisko z kawą, herbatą oraz cukrem z certyfikatem Fairtrade, zapewnione przez organizatora. Wsparliśmy to wydarzenie materiałami informacyjnymi w postaci plakatów oraz ulotek przybliżających system Fairtrade.



Free Cone Day w Warszawie,  
fot. Fairtrade Polska

## Świętowanie 10-lecia Fairtrade Polska w Krakowie (15.09)

Dziesięć lat temu nieformalna Koalicja Sprawiedliwego Handlu, czyli inicjatywa kilkunastu małych firm oraz organizacji pozarządowych została zarejestrowana jako Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”. Choć historia organizacji sięga 2008 roku, to pełnoprawną moc nadało jej wpisanie do Krajowego Rejestru Sądowego, które miało miejsce 16 września 2013 roku.

Parę lat później nasza Fundacja stała się częścią międzynarodowego systemu Fairtrade i zajęła się rozwojem rynku i produktów ze znakiem FAIRTRADE w Polsce. Kolejnym ważnym momentem w historii naszej organizacji było przyznanie Fundacji statusu Organizacji Pożytku Publicznego.

Z okazji 10-lecia powstania Fundacji w jednej z krakowskich restauracji odbyła się uroczysta kolacja, w której wzięli udział Fundatorzy, Przyjaciele oraz byli i obecni członkowie Zespołu Fairtrade Polska. Bardzo dziękujemy za dotychczasowe wsparcie!

## Konferencja „Polityka zakupowa państwa – profesjonalizacja” w Warszawie (21.09)

Tematami konferencji zorganizowanej przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii było nowe Prawo Zamówień Publicznych i Polityka Zakupowa Państwa. Wydarzenie było skierowane zarówno do osób pełniących funkcje kierowników zamawiających, jak i odpowiedzialnych za realizację zamówień. Z naszej strony udział wzięli Tomasz Schimanek prezentujący możliwości uwzględniania produktów z certyfikatem Fairtrade w zamówieniach publicznych.



Jubileusz 10-lecia Fundacji, fot. Fairtrade Polska

## Ósma edycja Open Eyes Economy Summit w Krakowie (21-22.11)

W Kongresie Ekonomii Wartości uczestniczymy od jego początków. Jego wyróżnikiem jest własna, jedyna w swoim rodzaju filozofia otwartych oczu, mówiąca o konieczności budowania społeczeństwa obywatelskiego, wymagającego odpowiedzialności od biznesu i administracji a także od świata kultury. Kongres jest miejscem, gdzie setki prelegentów dzielą się swoimi doświadczeniami. Jednym z głównych tematów ubiegłorocznej edycji było raportowanie pozafinansowe ESG/CSRD i nowe regulacje unijne w zakresie należytej staranności w obszarze zagrożeń praw człowieka i ochrony środowiska. Podczas jednego z paneli dyskusyjnych spojrzenie Fairtrade na tę tematykę zaprezentowała Meri Hyske-Fischer, doradczynie ds. praw człowieka w Fairtrade Finland. Z kolei Melissa Duncan, dyrektor wykonawcza w Fairtrade International, wygłosiła przemówienie w trakcie sesji zamykającej. Ponadto jako partner Kongresu zapewniliśmy uczestnikom produkty z certyfikatem Fairtrade tj. kawę, herbatę, cukier, czekoladki i banany.

**Od ponad 30 lat Fairtrade wywiera wpływ na funkcjonowanie handlu. Uważamy, że każdy człowiek powinien godnie zarabiać, ponieważ jeżeli traktujemy rolników i pracowników sprawiedliwie, to korzysta na tym każdy.**

**70% produktów z certyfikatem Fairtrade jest sprzedawanych w krajach Unii Europejskiej. Dlatego tak ważne jest, by rolnicy byli w stanie wypełnić wymogi zawarte w nowych przepisach unijnych. Jako Fairtrade analizujemy, w jaki sposób pomóc rolnikom w spełnieniu tych regulacji.**

**Musimy powiedzieć jasno: przepisy dotyczące należytej staranności firm wobec praw człowieka i ochrony środowiska są potrzebne. Nie możemy jednak doprowadzić do tego, że drobni rolnicy zostaną wykluczeni z rynków unijnych i możliwości sprzedaży. Musimy być pewni, że nie zostaną pokrzywdzeni, a całe ryzyko wprowadzania regulacji nie zostanie przesunięte na rolników. Dlatego musimy być bardzo aktywnie zaangażowani w działania chroniące drobnych producentów rolnych. Apelujemy do UE, aby brała pod uwagę kontekst drobnych rolników, by ich potrzeby były lepiej identyfikowane, a przepisy tworzone w sposób korzystny dla wszystkich.**

Melissa Duncan, Dyrektorka Wykonawcza Fairtrade International, wybrane fragmenty z przemówienia podczas VIII Kongresu Open Eyes Economy Summit 2023 w Krakowie.



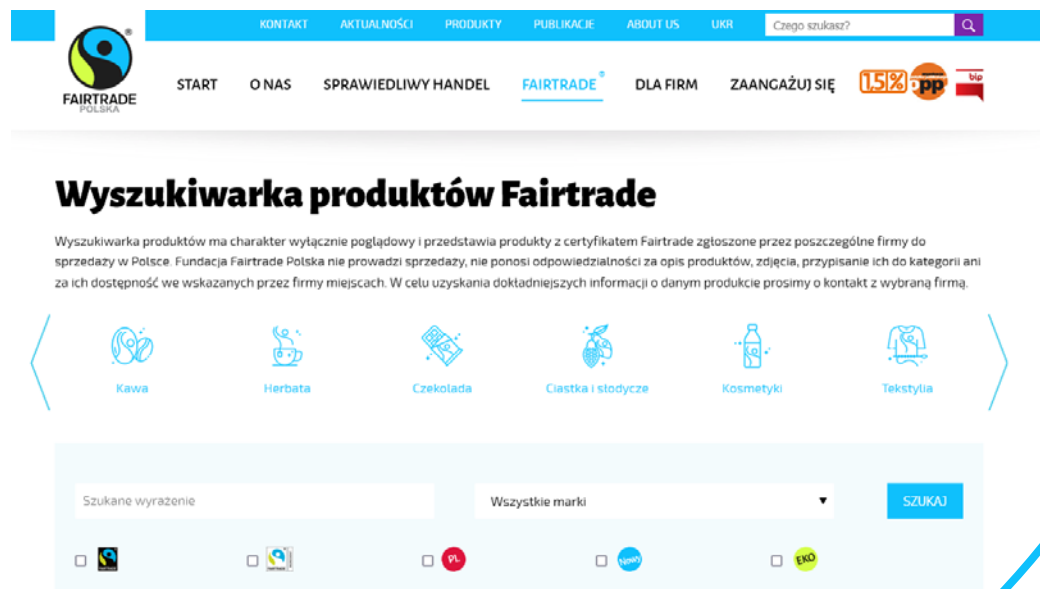
Fot. OEES



Fot. OEES

# Wyszukiwarka produktów ze znakiem Fairtrade

Na stronie [www.fairtrade.org.pl/produkty](http://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.



# Komunikacja / Media tradycyjne i społecznościowe

W trakcie całego roku udzieliliśmy 9 wywiadów dla mediów głównego nurtu, takich jak radio TOK FM, Radio 357, Radio MUZO FM czy Dziennik Gazeta Prawna.

Zrealizowaliśmy 3 kampanie medialne z okazji Dnia Czekolady, Miesiąca Fairtrade oraz Międzynarodowego Dnia Kawy.

Jesteśmy obecni w następujących mediach społecznościowych:

- [Facebook @FairtradePolska](https://www.facebook.com/FairtradePolska) – **31 037** obserwujących
- [Instagram @FairtradePolska](https://www.instagram.com/FairtradePolska) – **3 068** obserwujących
- [X \(Twitter\) @FairtradePolska](https://twitter.com/FairtradePolska) – **463** obserwujących
- [Youtube @FairtradePolska](https://www.youtube.com/FairtradePolska) – **421** obserwujących
- [LinkedIn @FairtradePolska](https://www.linkedin.com/FairtradePolska) – **1 584** obserwujących



Oprócz tego odnotowaliśmy ponad 170 tys. odsłon (sesji) naszej strony internetowej [www.fairtrade.org.pl](http://www.fairtrade.org.pl) dokonanych przez prawie 100 tys. użytkowników. Nasza baza mailingowa liczy 6 853 odbiorców.

W zeszłym roku nasze posty tylko na platformach Facebook oraz Instagram dotarły łącznie do 4 240 739 użytkowników.

# Polecane materiały

Na naszej stronie internetowej [www.fairtrade.org.pl/materiały-dla-ciebie](http://www.fairtrade.org.pl/materiały-dla-ciebie) umieszczamy materiały edukacyjne i promocyjne (m.in. ulotki, plakaty, gry i tamigtówki, komiks o Fairtrade), a także raporty. Co roku staramy się dodawać nowe, ciekawe materiały, nie tylko w języku polskim. Zachęcamy do skorzystania z tych zasobów – wybrane publikacje można zamówić w wersji drukowanej.

## Badania konsumenckie GlobeScan 2023



## Ulotka Dlaczego warto wybierać Fairtrade?



## Komiks o Fairtrade



# Co możesz zrobić?

## Bądź odpowiedzialnym konsumentem



- Podczas zakupów wybieraj certyfikowane produkty Fairtrade.
- Informuj sprzedawców, np. w mediach społecznościowych, że zależy Ci na etycznym pochodzeniu produktów.
- Bierz udział w kampaniach Fairtrade Polska i wspieraj nas w mediach społecznościowych.
- Zamawiaj nasze bezpłatne materiały i dziel się nimi z innymi.
- Wspieraj nasze działania darowiznami lub przekaz nam 1,5% podatku.

## Prowadź firmę w sposób zrównoważony



- Dodaj certyfikowane produkty Fairtrade do swojej oferty produkcyjnej lub handlowej.
- Integruj pracowników wokół Fairtrade, włączając się w kampanię *Miejsca Pracy Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*.
- Uwzględniaj Fairtrade w polityce społecznej odpowiedzialności (CSR).



AIRTR  
POLSKA

Fairtrade Polska w mediach społecznościowych:

