



Ludzie i planeta

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie

Konsekwentnie i na różne sposoby poddajemy refleksji nawyki konsumpcyjne polskiego społeczeństwa, po to by świat, w którym żyjemy stał się czystszy, bardziej sprawiedliwy, bezpieczniejszy i lepszy. Dołącz do nas! Stań się częścią czegoś większego. Włącz się w kampanie, akcje uliczne, zbieraj z nami podpisy, prowadź zajęcia z młodzieżą. **Bądź realną zmianą!**

Jedni Jesteś młodym człowiekiem, dołącz do naszego projektu i razem z nami zaważaj o lepszą planetę. Przekonaj swoich znajomych, rodziców, kolegów i koleżanki, dołącz do nas!

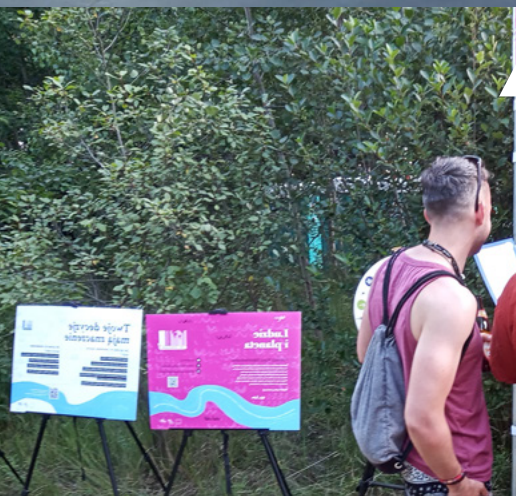
#konsumert.pl
 facebook.com/kupujodpowiedzialnie
 instagram.com/kupujodpowiedzialnie

KUPIJ ODPOWIEDZIALNIE!



RAPORT ZA 2023 ROK

FUNDACJA KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE



SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Organizacja Fundacji	4
Cele statutowe	5
Działania w 2023 roku	8
Działania edukacyjne i kampanie popularyzatorskie	8
Wydawnictwa	19
Sieć aktywistów i wolontariuszy na rzecz odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji	21
Działania rzecznicze, lobbystyczne i strażnicze	23
Rozwój sieci darczyńców regularnych	24
Strona internetowa i komunikacja przez media społecznościowe	25
Informacje finansowe	26

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 10 lat.

Naszym głównym celem jest podniesienie świadomości oraz zdolności polskiego społeczeństwa w zakresie 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 obszarze 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. 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. Oba narzędzia dostępne są także w formie aplikacji mobilnych.

Współpracujemy z wieloma organizacjami pozarządowymi z Polski i Europy, w tym między innymi z: Südwind Agentur, GLOBAL 2000, Fuori [Austria]; European Environmental Bureau [Bruksela]; Arnika, NaZemi - společnost pro fair trade, Prosvěta s.r.o, Ekumenická akademie, z. s. [Czechy]; Eetti [Finlandia]; Neo Sapiens [Hiszpania]; SLI [Irlandia]; Vidzeme University [Łotwa]; Oxfam Germany, Inkota, BEF, Finep, Umwelt Bundesamt, BUND - Friends of the Earth Germany [Niemcy]; Fundacja Sztukmistrze, Instytut Praw Człowieka i Biznesu [Polska]; Instituto Marquês de Valle Flôr [Portugalia]; Kulturno umetniško društvo Transformator, Društvo Humanitas [Słowenia]; Fair Action [Szwecja]; Tudatos Vásárlók Egyesülete, HBAid [Węgry]; We World, CESIE, LVIA [Włochy] i ActionAid.

Jesteśmy członkiem Koalicji Sprawiedliwego Handlu i Grupy Zagranica, zaś na poziomie międzynarodowym: Clean Clothes Campaign, IPEN (International Pullutants Elimination Network), GoodElectronics oraz EPN (Environmental Paper Network).

ORGANIZACJA FUNDACJI

FUNDATORZY/FUNDATORKI

Maria Huma

Małgorzata Małochleb

Magdalena Noszczyk

Joanna Szabuńko

Związek Stowarzyszeń
Polska Zielona Sieć

RADA FUNDACJI

Małgorzata Małochleb,
przewodnicząca

Iwona Bojadźijewa

Magdalena Noszczyk

Anita Seibert-Rekus

Krzysztof Wychowalek

ZARZĄD FUNDACJI

Maria Huma,
prezeska

Joanna Szabuńko,
wiceprezeska

ZESPÓŁ FUNDACJI

Dominika Cieślar

Maria Huma

Anna Kokocińska

Alina Pękalska

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.

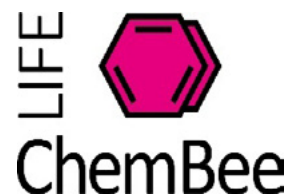
DZIAŁANIA W 2023 ROKU

DZIAŁANIA EDUKACYJNE I KAMPANIE POPULARYZATORSKIE

W 2023 roku prowadziliśmy w Polsce działania edukacyjne i kampanijne w ramach międzynarodowych projektów: „Eko-ambasadorzy/ki na rzecz eliminacji szkodliwych chemikaliów w codziennym życiu”, „Moja Rewolucja”, „My Resistance”, „Kupuj Odpowiedzialnie Ubrania”, „Klimat na Zmiany”, „Nasza żywność. Nasza przyszłość”, „Woda jest przyszłością” oraz „ACT – From play to action: sustainability for youth”. Przedsięwzięcia dofinansowane były ze środków Unii Europejskiej, Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, NIW-CRSO oraz Fundacji Drzewo i Jutro.

PROJEKT „EKO-AMBASADORZY/KI NA RZECZ ELIMINACJI SZKODLIWYCH CHEMIKALIÓW W CODZIENNYM ŻYCIU”

zwraca uwagę na problemy zdrowotne i środowiskowe związane z występowaniem niebezpiecznych substancji chemicznych w produktach codziennego użytku. Zagrożenie chemikaliami na ogół kojarzy nam się z przemysłem ciężkim i zanieczyszczonymi strefami w pobliżu fabryk. Jednak także w naszych domach napotykamy wiele szkodliwych związków chemicznych. Mogą one przedostawać się z różnych produktów, takich jak środki czystości, kosmetyki, meble, wykładziny, naczynia kuchenne i inne, do naszego organizmu przez skórę, drogą oddechową lub z pożywieniem, narażając nas na poważne problemy zdrowotne. Zagrożone jest także środowisko naturalne, w którym toksyczne substancje mogą się kumulować i powodować nieodwracalne szkody. W ramach projektu prowadzimy m.in. kampanię #DomNaDetoksie i szkolimy ekoambasadorów/ekoambasadorki, którzy następnie przeprowadzają przeglądy gospodarstw domowych pod kątem obecności szkodliwych substancji oraz proponują alternatywne rozwiązania. Nasze działania w Polsce są częścią europejskiego projektu LIFEChemBee, który tworzymy z 10 partnerami z 9 państw członkowskich UE. Liderem tego przedsięwzięcia, finansowanego z europejskiego programu LIFE, jest [Baltic Environmental Forum Germany](#). Działania związane z kampanią #DomNaDetoksie były współfinansowane przez [Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej](#) oraz [Fundację Drzewo i Jutro](#).



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/chemikalia

W 2023 roku w ramach projektu:

- Opublikowaliśmy 6 poradników konsumenckich na różne tematy związane z obecnością szkodliwych substancji chemicznych w naszym otoczeniu i przedmiotach codziennego użytku. Poradniki w wersji elektronicznej dostępne są na naszej stronie internetowej. Publikacje te są szerzej omówione w [rozdziale Wydawnictwa](#).
- Przygotowaliśmy i przeprowadziliśmy 2 kursy #DomNaDetoksie: 1 kurs online i 1 kurs stacjonarny. W sumie zarejestrowały się na nie 264 osoby. Oba kursy składały się z części teoretycznej, podczas której uczestnicy i uczestniczki zdobyli wiedzę na temat substancji chemicznych, które mogą znajdować się w przedmiotach codziennego użytku, ich przeznaczenia i potencjalnych niepożądanych skutków dla zdrowia i środowiska. Przekazane zostały także informacje o bezpiecznych sposobach korzystania z różnych produktów, tak by zmniejszyć narażenie na szkodliwe substancje, oraz o dostępnych alternatywach. W części praktycznej ekoambasadorzy/ekoambasadorki przeprowadzali przeglądy domowe z wykorzystaniem narzędzi dostarczonych w trakcie kursu: przede wszystkim [aplikacji](#) opracowanej przez naukowczynie oraz specjalistów IT. W kursie stacjonarnym, który został zorganizowany w Krakowie 21-22 października, wzięło udział 19 osób. Kurs online został przeprowadzony poprzez platformę e-learningową moodle i trwał 7 tygodni – raz w tygodniu odbywały się sesje z trenerkami. Z platformy korzystało 128 osób, kurs w pełni ukończyło 69 osób. Uczestnicy i uczestniczki, którzy ukończyli kurs w wersji stacjonarnej lub online, jako ambasadorzy i ambasadorki #DomuNaDetoksie przeprowadzili przeglądy w ponad 200 gospodarstwach domowych, szerząc wiedzę o niebezpiecznych chemikaliach w naszym otoczeniu i sposobach ich unikania.
- Wzięliśmy udział w badaniach laboratoryjnych ubrań na obecność w nich substancji chemicznych PFAS. Na potrzeby badań przeprowadzonych przez organizację ARNIKA i sieć IPEN zakupiono kurtki oraz inną odzież sprzedawaną jako wodoodporną lub plamoodporną w 13 krajach Azji, Afryki, Europy i Ameryki Północnej. Przetestowano 72 próbki. Badania wykazały obecność PFAS w aż 46 próbkach (64%). 16 kurtek zawierało PFAS na poziomie przekraczającym limity proponowane przez UE. W 17 kurtkach outdoorowych znaleziono wysoce toksyczny związek PFOA, zakazany w bardzo wielu krajach. Jednocześnie była to najczęściej występująca substancja w testowanych ubraniach. W badaniu uwzględniono 2 kurtki kupione w Polsce – obie nie zawierały PFAS. Wyniki zostały opublikowane w raporcie [„Toksyny w naszej odzieży. Wieczne chemikalia w kurtkach i odzieży z 13 krajów”](#).
- Współpracowaliśmy z mediami tradycyjnymi i internetowymi. Przygotowaliśmy i rozestaliśmy informacje prasowe do 1826 kontaktów medialnych. Dzięki tej współpracy dotarliśmy do ok. 288 000 osób.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej na temat zagrożeń związanych z obecnością szkodliwych substancji w produktach codziennego użytku. Opublikowaliśmy 4 artykuły, które były promowane w mediach społecznościowych. Dzięki tym działaniom dotarliśmy do ok. 223 000 osób.

PROJEKT EDUKACYJNY „MOJA REWOLUCJA”

koncentruje się na edukacji nieformalnej i aktywizuje młodzież do działań na rzecz wprowadzania zmian ekologicznych i społecznych w Europie. Kolejna edycja projektu, pod hasłem „My Revolution - Youth Participation”, która rozpoczęła się w styczniu 2023 roku i potrwa do końca 2024 roku, skupia się na zagadnieniach wolności, przywilejów demokracji oraz postawy obywatelskiej wśród młodzieży. Projekt realizowany jest w partnerstwie z organizacjami pozarządowymi z Austrii (Südwind), Włoch (WeWorld) i Słowenii (Focus) oraz z Instytutem Edukacji Dorosłych z Wiednia..



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/MojaRewolucja

W 2023 roku w ramach projektu:

- Zorganizowaliśmy szereg spotkań online z młodzieżą i aktywistami/aktywistkami. Działania te są szerzej opisane w [rozdziale Sieć aktywistów i wolontariuszy na rzecz odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji](#)
- Regularnie publikowaliśmy informacje na temat projektu i towarzyszących mu założeń w naszych mediach społecznościowych i na stronie internetowej. W postach promujących projekt zachęcaliśmy młodzież do udziału w warsztatach przygotowujących do uczestnictwa w międzynarodowych konferencjach organizowanych dla aktywistek i aktywistów wspólnie z partnerami z innych krajów, podczas których młodzież dyskutuje na tematy związane z demokracją i kwestiami społecznymi.

PROJEKT EDUKACYJNY „MY RESISTANCE”

ma na celu integrację młodzieży z Polski, Słowenii, Austrii i Włoch oraz zachęcenie jej do zgłębiania takich zagadnień jak wolność, demokracja, postawa obywatelska, a także zapobieganie upowszechnianiu się postaw związanych z faszyzmem i totalitaryzmem. W ramach projektu młodzież omawia aktualne tematy z zakresu ekologii i kwestii społecznych oraz przygotowuje postulaty zmian, które w postaci młodzieżowego manifestu będą przekazane na ręce europarlamentarzystów i europarlamentarzystek podczas spotkania w Brukseli w 2024 roku.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/MyResistance

W 2023 roku w ramach projektu:

- Zorganizowaliśmy szereg spotkań online z młodzieżą i aktywistami/aktywistkami. Działania te są szerzej opisane w rozdziale **Sieć aktywistów i wolontariuszy na rzecz odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji**.
- Regularnie publikowaliśmy informacje na temat projektu i towarzyszących mu założeń w naszych mediach społecznościowych i na stronie internetowej. W postach promujących projekt zachęcaliśmy młodzież do udziału w warsztatach przygotowujących do uczestnictwa w międzynarodowych konferencjach organizowanych dla aktywistek i aktywistów wspólnie z partnerami z innych krajów, podczas których młodzież dyskutuje na tematy związane z demokracją i kwestiami społecznymi.

KAMPANIA „KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE UBRANIA”

zwraca uwagę osób zainteresowanych modą, zarówno projektantów/projektantek, jak i konsumentek/konsumentów, na problemy związane z przemysłem odzieżowo-tekstylnym. Z jednej strony upowszechniamy wiedzę o społecznych i środowiskowych nadużyciach powiązanych z produkcją, kupowaniem, używaniem i wyrzucaniem ubrań, które codziennie nosimy. Z drugiej strony staramy się pokazać pozytywne alternatywy dla globalnie rozpozszechnionych marek. Przedstawiamy możliwości przeciwstawienia się łamaniu praw człowieka i praw pracowniczych oraz postępującemu zanieczyszczeniu środowiska. Podpowiadamy, jak wpływać na firmy odzieżowe, aby nakłonić je do stosowania uczciwych i dobrych praktyk, korzystnych dla osób zaangażowanych w produkcję ubrań oraz korzystających z odzieży. W tym obszarze działamy w ramach międzynarodowej sieci **Clean Clothes Campaign**.

W 2023 roku kontynuowaliśmy realizację projektu „Economic and Gender Justice in the Global Apparel Supply Chain”. Skupia się on na zwiększeniu transparentności firm odzieżowych, walce o godne płace i równość płci oraz wsparciu kobiet-pracownic w globalnym łańcuchu dostaw odzieży.

W 2023 roku w ramach projektu:

- Realizowaliśmy kampanię **Pay Your Workers**, którą współtworzą związki zawodowe i organizacje pozarządowe zajmujące się prawami pracowniczymi na całym świecie. Domagaliśmy się m.in. natychmiastowej pomocy dla pracownic/pracowników pokrzywdzonych przez firmy odzieżowe. W ramach kampanii zorganizowaliśmy akcję informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej dotyczącą działań firm Adidas i Nike.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/ubrania

- Opublikowaliśmy artykuły na temat warunków pracy osób szyjących ubrania dla marki Shein, praktyk produkcyjnych firmy LPP, wpływu przemysłu odzieżowego w Bangladeszu na zanieczyszczenie środowiska i zdrowie zatrudnionych w nim osób oraz kulis fast fashion w Europie.
- Przeprowadziliśmy badanie wśród ukraińskich pracowniczek i pracowników sektora odzieżowego w Polsce. W tym celu kontaktowaliśmy się z ponad 15 organizacjami pozarządowymi wspierającymi osoby z Ukrainy w Polsce, organizacjami pozarządowymi zajmującymi się migracją, a także agencjami zatrudnienia, urzędami pracy i domami kultury skupionymi wokół ukraińskich instytucji religijnych. Udało nam się porozmawiać z czterema pracownicami i jednym pracownikiem. W wyniku tych działań powstał artykuł „[Wojna po jednej stronie granicy, praca po drugiej. Ukraińskie szwaczki w Polsce](#)”.
- Opublikowaliśmy wyniki śledztwa organizacji Public Eye dotyczącego transportowania odzieży drogą lotniczą. Zaangażowaliśmy się również w kampanię na rzecz wprowadzenia unijnego prawa w zakresie odpowiedzialności przedsiębiorstw w całym łańcuchu dostaw. Przeprowadziliśmy kampanię na rzecz regulacji prawnych związanych z pracą przymusową oraz wzięliśmy udział w akcji zorganizowanej przez Clean Clothes Campaign, która była skierowana do marek Ikea, Levi's i Tesco. Działania te zostały szerzej opisane w rozdziale [Działania rzecznicze, lobbystyczne i strażnicze](#).
- Współpracowaliśmy z mediami tradycyjnymi i internetowymi. Przygotowaliśmy i rozesłaliśmy informacje prasowe do 1826 kontaktów medialnych. Dzięki tej współpracy z tematami dotyczącymi odpowiedzialnej mody dotarliśmy do ok. 625 000 osób.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej dotyczącą problemów związanych z produkcją i konsumpcją odzieży oraz dostępnych rozwiązań. Na naszej stronie internetowej opublikowaliśmy na ten temat 5 artykułów, które były promowane w mediach społecznościowych. Dzięki tym działaniom dotarliśmy do ok. 332 000 osób.

PROJEKT „KLIMAT NA ZMIANY”

zakończył się w 2023 roku. Zwracał uwagę na problemy społeczne i środowiskowe związane z postępującymi zmianami klimatu oraz na zjawisko migracji klimatycznych. Katastrofy naturalne wywołane zmianami klimatycznymi sprawiają, że coraz więcej ludzi zmuszonych jest opuścić swoje miejsce zamieszkania. Ich liczba wynosi ok. 20 mln osób rocznie. Procesy te wiążą się z negatywnymi konsekwencjami środowiskowymi, kulturowymi i ekonomicznymi. Nasza kampania podkreślała również skutki obecnego modelu ekonomicznego, nadprodukcji, masowej konsumpcji i naszego stylu życia dla klimatu. Celem projektu było dotarcie



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/klimat

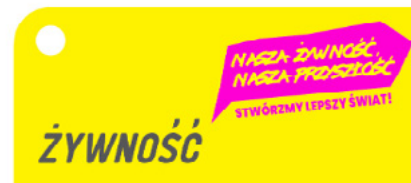
do młodzieży oraz wpływ na zmianę ich zachowań i nawyków. Przedstawialiśmy możliwości aktywnego działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, organizowaliśmy debaty klimatyczne, warsztaty oraz inne akcje edukacyjne i kampanijne, w tym petycje, wystawy, spektakl cyrku współczesnego, akcje uliczne i happeningi. Opracowaliśmy szereg raportów, poradników i materiałów wideo. Współpracowaliśmy też z mediami. Projekt „Klimat na zmiany” (ang. „**End Climate Change, Start Climate of Change**”) tworzyliśmy we współpracy z 15 partnerami z 12 państw członkowskich UE. Liderem projektu była włoska organizacja **WeWorld**.

W 2023 roku w ramach projektu:

- Powstał miniserial dokumentalny „Wonder Women”, opowiadający historie czterech młodych kobiet, które walczą o sprawiedliwość klimatyczną, działając na rzecz swoich społeczności w różnych częściach świata. Poszczególne odcinki skupiają się na jednym z czterech krajów – Niemczech, Włoszech, Tunezji, Kenii – wszystkie leżą na tej samej długości geograficznej, ale każdy z nich inaczej odczuwa skutki kryzysu ekologicznego. Każda z przedstawionych historii równoległe z kryzysem klimatycznym dotyka określonego tematu: od edukacji jako priorytetowego narzędzia emancypacji po prawa obywatelskie drugiego pokolenia imigrantów i imigrantek. Wszystkie odcinki pod względem wizualnym i narracyjnym połączył motyw wody jako żywiołu fundamentalnego dla przetrwania naszej planety. Serial był dostępny na naszym kanale na YouTube w kwietniu, a także pokazywany na Slot Art Festival (12 lipca) oraz na Laboratorium Dobrej Konsumpcji (25 listopada). Serial obejrzało w sumie ok. 1000 osób.
- Przygotowaliśmy 2 zestawy podrózne wystawy prezentującej zdjęcia i informacje z raportu „**Powody do paniki?**”, opisującego konsekwencje zmian klimatu w Kenii, Senegalu, Gwatemali i Kambodży oraz poruszającego temat migracji klimatycznych. Do tej pory wystawa była prezentowana w 3 szkołach, obejrzało ją ok. 650 uczniów/uczennic i nauczycieli/nauczycielek.
- Przetłumaczyliśmy i promowaliśmy „**Dzienniki klimatyczne**”. Konsorcjum projektowe wybrało cztery kraje, aby zbadać złożony związek między kryzysem klimatycznym a mobilnością obywateli – Gwatemalę, Senegal, Kenię i Kambodżę. Multidyscyplinarny zespół badawczy z Uniwersytetu w Bolonii zastosował, oprócz innych narzędzi ilościowych i jakościowych, wizualizację historii ludzi, którzy już dziś doświadczają skutków kryzysu klimatycznego. Aby unaocznić wpływ zmian klimatu na życie konkretnych osób, przyjęto innowacyjną metodologię „dzienników klimatycznych”, prosząc uczestników/uczestniczki badań z danego kraju o podzielenie się za pośrednictwem komunikatora WhatsApp zdjęciami i spostrzeżeniami dotyczącymi kryzysu klimatycznego w okresie czterech tygodni. Przetłumaczone przez nas dzienniki promowaliśmy na naszej stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej dotyczącą zmian klimatu oraz ich wpływu na środowisko. Na naszej stronie internetowej opublikowaliśmy na ten temat 3 artykuły, które były promowane w mediach społecznościowych. Dzięki tym działaniom dotarliśmy do ok. 185 000 osób.

PROJEKT „NASZA ŻYWNOŚĆ. NASZA PRZYSZŁOŚĆ”

zakończył się w 2023 roku. Zwracał uwagę na problemy związane z przemysłem spożywczym i upowszechniał wiedzę o nadużyciach środowiskowych i społecznych związanych z produkcją żywności w Polsce i na świecie. Nasze działania projektowe kierowaliśmy szczególnie do młodych ludzi oraz pokazywaliśmy wpływ nieodpowiedzialnej produkcji i konsumpcji żywności na zmiany klimatu i migracje. Kampania miała na celu zmobilizowanie młodzieży do przyjęcia wzorców bardziej odpowiedzialnej konsumpcji i aktywnego wspierania zrównoważonych łańcuchów dostaw żywności, sprawiedliwych stosunków handlowych między krajami, poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych oraz zrównoważonego rozwoju poprzez ulepszoną politykę instytucjonalną i korporacyjną na poziomie UE i państw członkowskich. Projekt był europejską inicjatywą pod hasłem **Our Food. Our Future**, współtworzoną z partnerami z 18 państw członkowskich Unii Europejskiej. Liderem projektu była niemiecka organizacja **Christliche Initiative Romero (CIR)**.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/zywnosc

W 2023 roku w ramach projektu:

- Opublikowaliśmy raport „Niezbędni i niedoceniani? Pracownicy cudzoziemscy w sektorze rolno-spożywczym w Polsce”. Publikacja ta jest szerzej omówiona w **rozdziale Wydawnictwa**.
- Zorganizowaliśmy happening w Krakowie pod Galerią Krakowską pt. „Świat na talerzu. Jak sprawić by, nasza żywność była wolna od wycisku?”. 22 kwietnia, w Dniu Ziemi, nasi aktywiści i aktywistki w czapkach i fartuchach kucharskich zachęcali przechodniów do rozmowy o pochodzeniu wybranych produktów spożywczych. Na kelnerskich tacach znalazły się kontrowersyjne produkty obecne powszechnie na sklepowych półkach. Celem akcji było zwrócenie uwagi na łamanie praw człowieka oraz nadmierną eksploatację i zanieczyszczanie środowiska w łańcuchach dostaw żywności. Podczas happeningu udało nam się porozmawiać ze 110 osobami.
- Współpracowaliśmy z mediami tradycyjnymi i internetowymi. Przygotowaliśmy i rozestaliśmy informacje prasowe do 1838 kontaktów medialnych. Dzięki tej współpracy z tematami dotyczącymi łańcuchów dostaw żywności dotarliśmy do ok. 555 000 osób.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej dotyczącą problemów związanych z przemysłem spożywczym. Na naszej stronie internetowej opublikowaliśmy na ten temat 4 artykuły, które były promowane w mediach społecznościowych. Dzięki tym działaniom dotarliśmy do ok. 237 800osób.



PROJEKT „PEOPLE & PLANET”

zwraca uwagę na kwestie związane z wpływem naszej konsumpcji na środowisko i klimat oraz problem niedoboru wody w Polsce i na świecie. Szacuje się, że do 2050 roku co czwarta osoba na naszej planecie będzie mieszkać w kraju dotkniętym stałym lub okresowym deficytem wody pitnej. Projekt skierowany jest głównie do młodych osób w wieku 15-34 lat, a jego cele są realizowane m.in. za pośrednictwem warsztatów oraz akcji w przestrzeni publicznej, które dają młodym ludziom okazję do wymiany praktycznych doświadczeń w zakresie zrównoważonego rozwoju i aktywności w swoich środowiskach lokalnych. Zaangażowanego w niego są również Młodzieżowe Rady ds. Wody i Klimatu, w ramach których młodzież wypracuje konkretne propozycje lokalnych działań na rzecz klimatu. Projekt jest częścią międzynarodowego przedsięwzięcia **People & Planet**, które tworzymy we współpracy z organizacjami z 7 krajów europejskich oraz z organizacją z Wysp Zielonego Przylądka. Liderem projektu jest portugalska organizacja **Instituto Marquês de Valle Flôr (IMVF)**.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/woda

W 2023 roku w ramach projektu:

- W czerwcu uczestniczyliśmy w wydarzeniu „Wodna Masa Krytyczna”, czyli w cyklicznej imprezie organizowanej przez krakowskich artystów, animatorów, działaczy organizacji pozarządowych i mieszkańców Krakowa, której celem jest zwrócenie uwagi na problem dbania o rzeki. W tym roku załoga naszej łodzi przebrała się za banany z certyfikatem Fairtrade, co wzbudzało zainteresowanie i dało nam możliwość poruszenia takich tematów jak sytuacja pracowników i pracownic w krajach globalnego Południa oraz wpływ codziennych wyborów konsumenckich na nie zrównoważoną produkcją żywności, a przez to również na zasoby wodne w Polsce i na świecie.
- Opublikowaliśmy poradnik „**Książka kucharska People & Planet: Przepisy na kolektywne działania młodzieży**”. Publikacja ta jest szerzej omówiona w **rozdziale Wydawnictwa**.
- 25 listopada, z okazji Black Friday, w warszawskim Centrum Aktywizmu Klimatycznego Gniazdo zorganizowaliśmy wydarzenie **Laboratorium Dobrej Konsumpcji**. Był to cykl warsztatów mających zachęcić konsumentów i konsumentki do ograniczenia niepotrzebnych zakupów oraz pokazać, jak w ciekawy i atrakcyjny sposób można konsumować lepiej. Wydarzenie zostało zorganizowane tak, aby uczestniczące w nim osoby zdobyły przydatne umiejętności, które można wykorzystać w życiu codziennym. Przeprowadziliśmy warsztaty z dekoracyjnego pakowania prezentów chustami *furoshiki*, tworzenia makramowych kwietników i szycia czapek typu „beanie” z materiałów z odzysku. Uczestnicy/uczestniczki mogli również stworzyć własną ceramiczną mozaikę oraz nauczyć się, jak przerobić swoje stare ubrania i nadać im nową wartość. W wydarzeniu wzięło udział ok. 75 osób.

- Przeprowadziliśmy kolejne edycje konkursu „Youth Challenge”. Uczestnicy i uczestniczki mieli za zadanie nagrać krótki film o zmianach klimatu, w którym przedstawiali w kreatywny sposób swoje pomysły na codzienną walkę z kryzysem klimatycznym. Autorzy/autorki zwycięskich filmów otrzymali nagrody: bono o wartości 1000 zł na zakup zestawu ekoproduktów w sklepie zero waste. Najlepsze filmy zostały też zakwalifikowane do udziału w międzynarodowym głosowaniu, w którym nagrodą jest wyjazd do Portugalii w 2024 roku na spotkanie młodych aktywistów i aktywistek z różnych krajów. W 2 edycjach konkursu w 2023 roku wzięło udział 10 osób.
- Współpracowaliśmy z mediami tradycyjnymi i internetowymi. Przygotowaliśmy i rozesłaliśmy informacje prasowe do 1838 kontaktów medialnych. Dzięki tej współpracy dotarliśmy z treściami projektu do ok. 49 000 osób.
- Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną w mediach społecznościowych i na naszej stronie internetowej dotyczącą problemów związanych z deficytem wody oraz wpływem konsumpcji na klimat i zasoby wodne. Na naszej stronie internetowej opublikowaliśmy na ten temat 4 artykuły, które były promowane w mediach społecznościowych. Dzięki tym działaniom dotarliśmy do ok. 409 000 osób.



PROJEKT „ACT – FROM PLAY TO ACTION: SUSTAINABILITY FOR YOUTH”

ma na celu zwiększenie świadomości na temat zmian klimatu, zrównoważonej konsumpcji, gospodarki o obiegu zamkniętym, sprawiedliwości klimatycznej oraz wskazanie powiązań między lokalnymi inicjatywami a globalnymi efektami działalności człowieka. Jest także odpowiedzią na potrzebę innowacyjnych metod edukacyjnych wykorzystujących grywalizację do poruszania tej tematyki. Materiały opracowywane przez konsorcjum kilku europejskich organizacji zaangażowanych w projekt powstają z myślą o wsparciu zarówno młodych ludzi, którzy chcą działać na rzecz zrównoważonego rozwoju, jak i nauczycieli/nauczycielek oraz innych osób pracujących z młodzieżą.



Więcej informacji:

www.ekonsument.pl/act

W 2023 roku w ramach projektu:

- Wspólnie z partnerami przeprowadziliśmy szereg rozmów i wywiadów z młodymi ludźmi oraz ekspertami/ekspertkami w dziedzinie edukacji młodzieży z 6 krajów: Finlandii, Hiszpanii, Austrii, Włoch, Irlandii oraz Polski. Naszym celem było przyjrzenie się zaangażowaniu młodzieży w działania proklimatyczne w każdym z tych krajów oraz sprawdzenie, w jaki sposób najlepiej poruszać z młodymi ludźmi tematy dotyczące zmian klimatu. Spotkania i wywiady zaowocowały zestawieniem tzw. **dobrych praktyk w zakresie edukacji proklimatycznej**. Znalazły się w nim rekomendacje wspierające organizację warsztatów i ułatwiające włączanie tematów związanych ze zmianami klimatu i innymi kwestiami globalnymi do pracy z młodzieżą, a także przykłady inicjatyw i projektów wykorzystujących grywalizację jako skuteczne narzędzie w edukacji globalnej i obywatelskiej. Przygotowane zestawienie może stanowić źródło inspiracji dla wszystkich szukających sprawdzonych narzędzi pomocnych w podejmowaniu skutecznych działań na rzecz klimatu i mobilizowaniu innych do aktywności obywatelskiej.
- Przygotowaliśmy polskojęzyczną wersję **gry planszowej GetLandia**, która jest użytecznym narzędziem w pracy z młodzieżą w ramach globalnej edukacji obywatelskiej. To przykład innowacyjnej metody poruszania kwestii zrównoważonej konsumpcji i powiązań między globalnymi problemami a lokalnymi działaniami. Poprzez realizację różnych misji gracze pomagają wprowadzić w fikcyjnej krainie o nazwie GetLandia zasady gospodarki o obiegu zamkniętym i zrównoważonego rozwoju. Dążąc do wypełnienia otrzymanych zadań, uczestnicy i uczestniczki gry mają okazję sprawdzić i poszerzyć swoją wiedzę na temat odpowiedzialnej konsumpcji, problemów ekologicznych oraz kryzysu klimatycznego, a szukając najlepszych rozwiązań, mogą w ciekawy i kreatywny sposób ćwiczyć i rozwijać kompetencje w zakresie aktywnego obywatelstwa. Informacje o grze upowszechniliśmy w naszych mediach społecznościowych.

WYDAWNICTWA

W 2023 roku opracowaliśmy i wydaliśmy szereg publikacji: poradniki dotyczące problemów związanych z obecnością szkodliwych substancji chemicznych w naszym otoczeniu i przedmiotach codziennego użytku, raport o pracownikach cudzoziemskich w sektorze rolno-spożywczym w Polsce oraz materiał edukacyjny dla młodzieży chcącej działać na rzecz zrównoważonego rozwoju.

TRUJĄCY PLASTIK, CZYLI JAK UNIKAĆ TOKSYN NA CO DZIEŃ

Poradnik zwraca uwagę na zjawisko uwalniania się szkodliwych chemikaliów z tworzyw sztucznych i wyjaśnia, co i w jaki sposób nas truje. Opisuje substancje, na które szczególnie powinniśmy uważać oraz daje praktyczne porady, których przestrzeganie pomaga chronić nasze zdrowie.



ŻYWNÓŚĆ BEZ SZKODLIWEJ CHEMII, CZYLI JAK JEŚĆ, BY SIĘ NIE TRUĆ

Poradnik wyjaśnia, dlaczego musimy uważać, z jakich przyborów kuchennych i opakowań korzystamy, przygotowując i przechowując jedzenie. Przedstawia również objaśnienia piktogramów zamieszczanych na przedmiotach mających kontakt z żywnością i przekazuje inne praktyczne porady.

CZYSTO I NATURALNIE, CZYLI POSTAW NA ZDROWE I EKOLOGICZNE ŚRODKI CZYSTOŚCI

Poradnik wyjaśnia, dlaczego korzystanie z chemicznych środków czystości może stanowić zagrożenie dla zdrowia. Zawiera również opis najbardziej godnych zaufania certyfikatów oraz garść przepisów na naturalne i bezpieczne detergenty własnej roboty.



PIĘKNO Z NATURY, CZYLI KOSMETYKI BEZ SZKODLIWEJ CHEMII

Z poradnika możemy dowiedzieć się, jakich składników w kosmetykach unikać i dlaczego. Zawiera także podpowiedzi dotyczące kosmetycznych zakupów oraz przepisy na domowe kosmetyki z naturalnych składników.

UBRANIA NA DETOKSIE, CZYLI JAK NIE WKŁADAĆ NA SIEBIE TRUCIZN

Poradnik przedstawia praktyczne sposoby na unikanie niebezpiecznych chemikaliów w naszych ubraniach. Wyjaśnia m.in., które tkaniny wybierać i na jakie certyfikaty zwracać uwagę, kupując ubrania, oraz proponuje narzędzia, które mogą nam pomóc nabywać bezpieczne tekstylia.



ZABAWA, KTÓRA NIE TRUJE, CZYLI JAKICH ZABAWEK UNIKAĆ

Poradnik opisuje niebezpieczne substancje, które mogą znajdować się w zabawkach, i ich wpływ na zdrowie dzieci. Daje też kilka praktycznych rad dotyczących kupowania zabawek oraz proponuje garść przepisów na naturalne i bezpieczne masy plastyczne domowej roboty, które mogą być świetną alternatywą dla sklepowych zabawek.

NIEZBĘDNI I NIEDOCENIANI? PRACOWNICY CUDZOZIEMSCY W SEKTORZE ROLNO-SPOŻYWCZYM W POLSCE

Aby przyrzeć się aktualnym warunkom pracy i zatrudnienia migrantów i migrantek w Polsce, zlecieliśmy przeprowadzenie badań terenowych wśród pracowników i pracownic ukraińskich zatrudnionych w naszym kraju przy zbiorach owoców oraz w przedsiębiorstwach spożywczych. Raport rzuca światło na to, w jaki sposób funkcjonowanie sektora rolno-spożywczego wpływa na sytuację pracowników i pracownic cudzoziemskich w Polsce. Badania zostały zrealizowane na przełomie 2022 i 2023 roku przez dr. Kamila Matuszczyka z Ośrodka Badań nad Migracjami. Uchwycono w nich także kontekst pandemii COVID-19 oraz wojny w Ukrainie.



KSIĄŻKA KUCHARSKA PEOPLE & PLANET: PRZEPISY NA KOLEKTYWNE DZIAŁANIA MŁODZIEŻY

Poradnik przedstawia serię przepisów na to, jak młodzież może wspólnie działać, aby wprowadzać zmiany na rzecz zrównoważonego rozwoju. Przepisy powstały w wyniku dyskusji podczas piątej edycji European Youth Event 2023 w Strasburgu. 20 młodych obywateli i obywaterek Europy wzięło udział w burzy mózgów, którą poprowadziło czterech aktywistów w ramach kampanii People & Planet.

W 2023 roku wyprodukowaliśmy również praktyczne woskowijki, które posłużyły jako gadżety promujące działania naszej Fundacji podczas wydarzeń i festiwali oraz jako nagrody w organizowanych przez nas konkursach.

SIEĆ AKTYWISTÓW I WOLONTARIUSZY NA RZECZ ODPOWIEDZIALNEJ PRODUKCJI I KONSUMPCJI

Wśród działań podjętych przez nas w 2023 roku były także te zmierzające do rozwoju sieci aktywistów i aktywistek oraz promocji wolontariatu. Współpracując z nami i uczestnicząc w realizowanych przez nas projektach, aktywiści i aktywistki uzyskali doskonałe przygotowanie merytoryczne i dużą samodzielność w podejmowaniu działań promujących tematykę odpowiedzialnej konsumpcji.

- W 2023 roku zorganizowaliśmy 20 akcji edukacyjno-kampanijnych w przestrzeni publicznej podczas następujących wydarzeń: Wege Festiwal 11 lutego w Krakowie, invECO Open Change 12 marca w Krakowie, Targi Vintage i Retro Kogel Mogel 19 marca w Krakowie, „Drzewko za surowce wtórne” 25 marca w Krakowie, Wyprzedaż Garażowa 13 maja w Katowicach, konferencja „Edukacja zmiany. Dlaczego i jak uczyć o zmianach klimatu?” 30 maja w Krakowie, Kiermash 3-4 czerwca w Krakowie, Piknik Ekologiczny 14-15 czerwca w Gliźnie, Piknik Ekologiczny 21 czerwca w Wiśle, Festiwal Raftacamp 6-9 lipca w Skarżysku-Kamiennej, Slot Art Festival 11-13 lipca w Lubiążu, Folkowisko 13-16 lipca we wsi Gorajec, festiwal Gadafest 21-23 lipca w Książu Wielkim, festiwal CieszFanów 17-19 sierpnia w Cieszanowie, konferencja „Pokażać – Przekazać” 28 sierpnia w Centrum Nauki Kopernik w Warszawie, Active Planet Forum 7 października w Warszawie, warsztaty w XXVII LO 25-26 października w Krakowie, konferencja „Aktywizm” 16 listopada w Katowicach, targi Zero Waste 2 grudnia w Warszawie. Na wydarzenia przygotowaliśmy stoiska edukacyjno-informacyjne, w ramach których aktywiści i aktywistki prowadzili różnego rodzaju działania kampanijne i edukacyjne dotyczące odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji – informowali, dystrybuowali materiały, prowadzili gry edukacyjne, prezentowali materiały wideo – poszerzając w ten sposób grupę odbiorców naszej Fundacji. Na części wydarzeń prowadziliśmy też warsztaty, prezentacje, wykłady, braliśmy udział w debatach. W organizację i prowadzenie opisanych działań zaangażowało się 10 aktywistów i aktywistek, w sumie dotarliśmy do ponad 13 000 osób.
- W ramach projektu „Moja Rewolucja” zorganizowaliśmy szereg spotkań z młodzieżą oraz aktywistkami i aktywistami, które miały na celu popularyzowanie zaangażowania obywatelskiego. 28 lutego w MDK w Piekarach Śląskich, 7 marca i 1 czerwca w Liceum Pallotyńskim w Krakowie oraz 4 kwietnia w Spółdzielni Ogniu w Krakowie odbyły się sesje z młodymi ludźmi, przygotowujące do spotkań międzynarodowych. Następnie na międzynarodowej konferencji w Wiedniu w dniach 20-24 września uczestniczy i uczestniczki opracowywali „Manifest Młodzieży” z postulatami dotyczącymi tematyki odpowiedzialnej konsumpcji, zmian klimatu, praw zwierząt, zrównoważonej energetyki oraz szeroko pojętych tematów społecznych i obywatelskich, związanych głównie z prawami osób pracujących w krajach globalnego Południa.

- W ramach projektu „My Resistance” zorganizowaliśmy 3 warsztaty: 20 marca i 26 maja w Piekarach Śląskich oraz 20 maja w Liceum Pallotyńskim w Krakowie. 5 czerwca odbyło się spotkanie krajowe w Piekarach Śląskich, a w dniach 10-14 listopada aktywiści i aktywistki wzięli udział w Międzynarodowej Konferencji Młodzieżowej w Bolonii. Podczas konferencji młodzież pracowała nad przygotowaniem postulatów dotyczących kwestii ekologicznych i społecznych, zwiedziła Bolonię pod kątem miejsc związanych z tematyką rewolucyjną i ruchu oporu oraz dyskutowała na tematy związane z wolnością, demokracją, tolerancją oraz postawą obywatelską.



DZIAŁANIA RZECZNICZE, LOBBYSTYCZNE I STRAŻNICZE

- W 2023 roku kontynuowaliśmy kampanię mającą na celu wprowadzenie nowych przepisów prawnych, wymagających od firm w Unii Europejskiej, by oferowane przez nie produkty i usługi nie wiązały się z krzywdą ludzi i szkodą dla środowiska na żadnym etapie łańcucha dostaw. Nowe regulacje pomogłyby skuteczniej eliminować takie szkodliwe praktyki jak zwalczanie związków zawodowych, praca przymusowa, zawłaszczanie ziemi, nielegalne wyrzucanie toksycznych odpadów, niekontrolowane emisje CO₂, wylesianie i niszczenie bioróżnorodności. W marcu wysłaliśmy e-maile do polskich eurodeputowanych pracujących w komisji JURI z rekomendacjami dotyczącymi dyrektywy CSDDD (Dyrektywa w sprawie należytej staranności przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju). W maju wysłaliśmy apel do wszystkich polskich eurodeputowanych. W październiku dwie przedstawicielki naszej Fundacji wzięły udział w spotkaniu Grupy roboczej ds. należytej staranności działającej w ramach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, który jest organem pomocniczym Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej. Po spotkaniu przesłaliśmy na początku listopada przedstawicielom Ministerstwa pisemne stanowisko opracowane w ramach sieci Clean Clothes Campaign.
- Dołączyliśmy do Międzynarodowego Dnia Akcji Pay Your Workers, organizując wydarzenie przed sklepem firmy Adidas w Krakowie w dniu 11 maja. Zaangażowaliśmy 5 młodych aktywistów i aktywistek, którzy stanęli przed sklepem w Krakowie z plakatami: „Adidas, zapłać swoim pracownikom”. Zdjęcia z akcji wykorzystano w kampanii informacyjnej w Polsce i udostępniono wszystkim członkom Clean Clothes Campaign.
- Wspieraliśmy pracownice branży odzieżowej, szyjące głównie dla firm Adidas i Nike, poprzez prowadzenie kampanii Pay Your Workers w mediach społecznościowych.
- Dołączyliśmy do akcji zorganizowanej przez Clean Clothes Campaign w 10 rocznicę katastrofy Rana Plaza poprzez komunikację w mediach społecznościowych skierowaną do marek takich jak IKEA czy Levi's, nawołującą do podpisania porozumienia ACCORD.
- Przeprowadziliśmy kampanię na rzecz regulacji prawnych związanych z pracą przymusową. W październiku wysłaliśmy e-maile do polskich eurodeputowanych, członków komisji INTA-IMCO, z rekomendacjami związków zawodowych i organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Pod koniec listopada wysłaliśmy e-mail do wybranych członków Grupy Roboczej ds. Konkurencyjności i Wzrostu w związku z debatą na ten temat podczas posiedzenia Rady COMPET w dniu 7 grudnia. Aby nagłośnić trwające prace nad rozporządzeniem zakazującym pracy przymusowej, na naszej stronie internetowej opublikowaliśmy przetłumaczony na język polski [artykuł](#) Antonio Gambiniego. Połączyliśmy to z działaniami w mediach społecznościowych, oznaczając w postach wybranych polskich eurodeputowanych.

- Wzięliśmy udział w kampanii skierowanej do firm odzieżowych wzywającej do zaprzestania transportu ubrań drogą lotniczą. Opublikowaliśmy artykuł będący podsumowaniem raportu przygotowanego przez organizację Public Eye „Latająca moda a kryzys klimatyczny”. W artykule i naszych mediach społecznościowych zachęcaliśmy do podpisania petycji do firmy ZARA. Petycję podpisało 26 000 osób.
- W sierpniu dołączyliśmy do kampanii wzywającej firmę Tesco do zapłacenia zaległych odszkodowań 130 pracownikom i pracownicom, którzy w 2020 roku zostali zwolnieni po latach ciężkiej pracy w jednej z fabryk produkujących dla Tesco w Tajlandii. Przez ponad trzy lata osoby szyjące jeansy dla sprzedawanej przez Tesco marki F&F pracowały w warunkach przypominających obozy pracy przymusowej. Petycję, którą promowaliśmy w naszych mediach społecznościowych, podpisały 1624 osoby.

ROZWÓJ SIECI DARCYŃCÓW REGULARNYCH

Na koniec 2023 roku wspierało nas regularnie 80 osób poprzez comiesięczne wpłaty darowizn, w tym 18 nowych darczyńców pozyskanych w ramach wiosennej fundraisingowej akcji telefonicznej.

Jak co roku przeprowadziliśmy akcję promującą przekazanie 1,5% podatku dla naszej Fundacji, tym razem pod hasłem „Przeznacz 1,5% na Fundację Kupuj Odpowiedzialnie i wesprzyj w działaniach na rzecz poprawy sytuacji polskich szwaczek”. Kampania odbyła się głównie online. Opublikowaliśmy 8 postów w mediach społecznościowych, które dotarły do ok. 8000 osób.

Ze wszystkimi darczyńcami jesteśmy w stałym kontakcie, informując ich o bieżących działaniach Fundacji i zapraszając do udziału w nich. W grudniu wysłaliśmy wszystkim kartki świąteczne z drobnym prezentem i naszymi poradnikami konsumenckimi.

STRONA INTERNETOWA I KOMUNIKACJA PRZEZ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

W 2023 roku kontynuowaliśmy prowadzenie strony internetowej ekonsument.pl, stale ją 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 i odbiorczyń utrzymywaliśmy także przez media społecznościowe – serwisy [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#) i [Tik-Tok](#), gdzie oprócz treści zamieszczanych na stronie internetowej publikowaliśmy też wiadomości z zakresu ekologii, life style’u, zero waste, odpowiedzialnej mody itp. Publikowaliśmy również nowe materiały na kanale [YouTube](#) (filmy wideo) i [Flickr](#) (zdjęcia).

Prowadziliśmy i stale uaktualnialiśmy nasz przewodnik [Dobre Zakupy](#) z informacjami o odpowiedzialnych środowiskowo i społecznie markach, który dostępny jest również w wersji mobilnej jako [aplikacja na smartfony](#). Dobre Zakupy to podręczna „ściągałka”, pomagająca wybrać w gąszczu globalnych i lokalnych firm te, które poważnie podchodzą do kwestii ochrony środowiska, ekologii i odpowiedzialności społecznej. W 2023 roku dodaliśmy do tej bazy kategorię „Turystyka”. Regularnie aktualizowaliśmy także nasz [Spacerownik](#), czyli przewodnik po miejscach propagujących odpowiedzialną konsumpcję we wszystkich województwach w Polsce. Jest on także dostępny w wersji mobilnej jako [aplikacja](#), która na mapie pokazuje najbliższe sklepy z ekologiczną żywnością lub kosmetykami, wegańskie restauracje, second-handy, a także szewca, lokalny antykwariat i wiele innych podmiotów z różnych branż. W 2023 roku nawiązaliśmy współpracę z serwisem [Slowhop](#) oraz rozwinęliśmy kategorię „Noclegi”, w której można znaleźć przyjazne środowisku pensjonaty czy ośrodki agroturystyczne.



FB

69 247



INSTAGRAM

16 400



TWITTER

924



LINKEDIN

1918



STRONY

345 060



MEDIA

1 517 000

INFORMACJE FINANSOWE

PRZYCHODY W PLN

RODZAJ PRZYCHODU	KWOTA PRZYCHODU 2023	STRUKTURA PRZYCHODU 2023
Przychody z działalności statutowej	1 217 816,90	98,99%
Dotacja EC LIFE AskREACH	0,00	0,00%
Dotacja WLDP/NoVo	25 997,37	2,13%
Dotacja EC MyRevolution 1989	0,00	0,00%
Dotacja EC MyRevolution 1990	48 233,46	3,96%
Dotacja PROO	0,00	0,00%
Dotacja EC DCI	14 810,64	1,22%
Dotacja EC ClimateOfChange	153 795,77	12,63%
Dotacja EC #GoEAThical	157 710,63	12,95%
Dotacja NFOŚiGW	59 455,93	4,88%
Dotacja EC People & Planet	430 762,55	35,37%
Darowizna Fundacja Drzewo i Jutro	41 550,00	3,41%
Dotacja EC LIFE ChemBee	99 458,87	8,17%
Dotacja EC MyRevolution 2022	68 876,37	5,66%
Dotacja EC My Resistance-My Democracy	59 470,23	4,88%
Dotacja EC Erasmus+ ACT	27 494,55	2,26%
Darowizny pieniężne	26 461,23	2,17%
Przychody z 1% / 1,5%	3 739,30	0,31%
Przychody z działalności gospodarczej	9 654,64	0,78%
Pozostałe przychody operacyjne	120,25	0,01%
Przychody finansowe	2 624,50	0,21%
SUMA PRZYCHODÓW	1 230 216,29	100,00%

KOSZTY W PLN

RODZAJ KOSZTU	KWOTA KOSZTU 2023	STRUKTURA KOSZTU 2023
Koszty działalności statutowej	1 387 041,60	98,15%
Dotacja EC LIFE AskREACH	14 708,31	1,06%
Dotacja WLDP/NoVo	25 630,70	1,85%
Dotacja EC MyRevolution 2022	78 288,69	5,64%
Dotacja EC MyRevolution 1990	0,00	0,00%
Dotacja PROO	0,00	0,00%
Dotacja EC DCI	0,00	0,00%
Dotacja EC ClimateOfChange	208 303,68	15,02%
Dotacja EC #GoEATHical	281 176,71	20,27%
Dotacja NFOŚiGW	78 814,90	5,68%
Dotacja EC People & Planet	430 762,55	31,06%
Darowizna Fundacja Drzewo i Jutro	41 550,00	3,00%
Dotacja EC LIFE ChemBee	99 458,87	7,17%
Dotacja EC Interreg Change(K)now	11 480,02	0,83%
Dotacja EC Erasmus+ My Election	1 656,83	0,12%
Dotacja EC My Resistance-My Democracy	78 416,46	5,65%
Dotacja EC Erasmus+ ACT	27 494,55	1,98%
Koszty statutowe pozaprojektowe	9 299,33	0,67%
Koszty działalności gospodarczej	4 977,74	0,35%
Pozostałe koszty operacyjne	129,34	0,01%
Koszty finansowe	21 107,34	1,49%
SUMA KOSZTÓW	1 413 256,02	100,00%

