



Raport 2025

Fairtrade Polska



Wydawca:

Fundacja Fairtrade Polska
Kraków, lipiec 2026

Zdjęcia użyte w publikacji:
jeśli nie oznaczono inaczej © Fundacja Fairtrade Polska
okładka tył: Jan Wolak-Dyszyński

Wersja online: ISBN 978-83-982097-0-0
Wersja drukowana: ISBN 978-83-971897-8-2

@FairtradePolska w mediach społecznościowych:



www.fairtrade.net



fot. Fairtrade Deutschland / Sparked

O Fairtrade

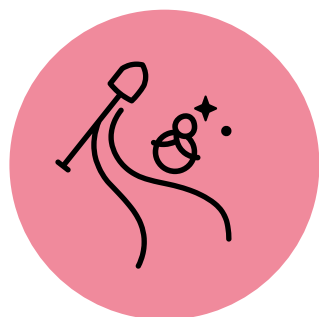


Czym jest Fairtrade?

Certyfikat Fairtrade jest oznaczeniem produktów, które są wytwarzane z poszanowaniem praw człowieka i z troską o lokalne środowisko w krajach Ameryki Łacińskiej, Karaibów, Afryki, Azji i Oceanii. Fairtrade to wspólne zobowiązanie rolników, firm i konsumentów na rzecz sprawiedliwszych relacji handlowych oraz zrównoważonego i etycznego pozyskiwania surowców z krajów globalnego Południa.



Fairtrade w liczbach



Kobiety w Fairtrade

23%
rolniczek
(392 tys.)

40%
pracowniczek
(77 tys.)



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).

Lucy Twenewaa i Abigail Nyarko
podczas pracy przy suszeniu ziaren
kakao, Ghana, fot. Francis Kokoroko
/ Fairtrade Max Havelaar

Wartość premii Fairtrade

wygenerowanej dzięki
zakupom produktów
z certyfikatem Fairtrade
na świecie w 2024 roku

Źródło: *Monitoring the scope and
benefits of Fairtrade*, 17th Edition,
Fairtrade International, 2026

**+ 201
mln EUR**



**łączna wartość
premii Fairtrade
w latach 2020–2024**

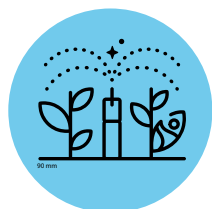
**+ 1 mld
EUR**



Przeznaczenie premii Fairtrade

Na zdjęciu: owoc kakaowca, Ekwador,
fot. Willy Paredes / Fairtrade CLAC

Drobni rolnicy



35%

premię przeznaczono
na polepszanie
jakości upraw

19%

premię przekazano
rolnikom w formie
bezpośrednich wypłat

Pracownicy najemni



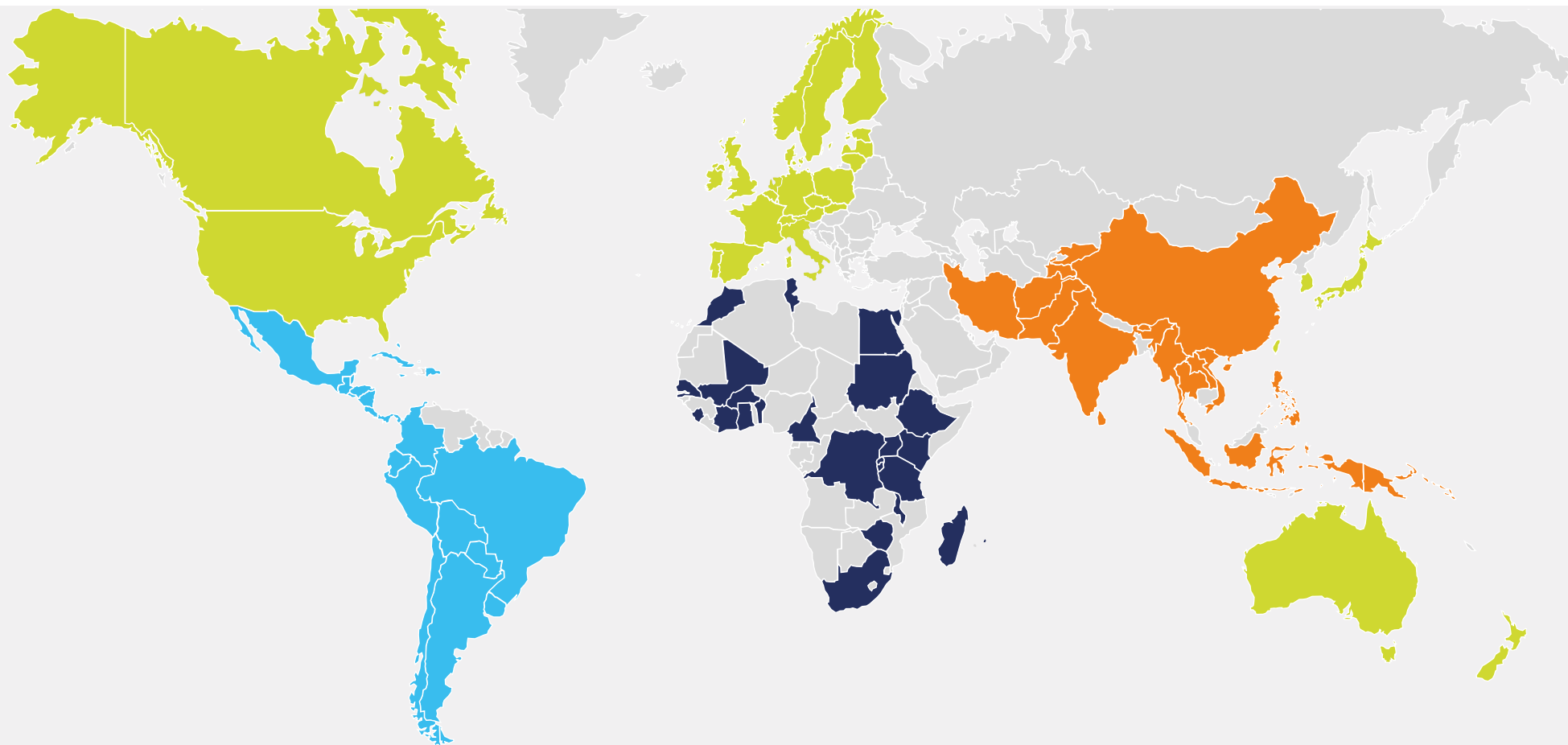
76%

premię przeznaczono
na inwestycje
społeczne

21%

premię przekazano
pracownikom w formie
bezpośrednich wypłat

Mapa Fairtrade



3 sieci producenckie Fairtrade:

Ameryka Łacińska i Karaiby
(Fairtrade CLAC)

282 095 rolników i pracowników
15% z wszystkich w Fairtrade

Afryka i Bliski Wschód
(Fairtrade Africa)

1 410 162 rolników i pracowników
75% z wszystkich w Fairtrade

Azja i Oceania
(Fairtrade NAPP)

179 015 rolników i pracowników
10% z wszystkich w Fairtrade

Organizacje krajowe
Fairtrade

Co wyróżnia Fairtrade



Rolniczka Rudiben Kanjibhai
Mor na polu bawełny, Indie,
fot. Fairtrade NAPP



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



Fairtrade zabiega o interesy rolników w warunkach istniejącej gospodarki rynkowej, stwarzając im możliwość uzyskania 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 światowych rynkach.



Oprócz stabilnych i uczciwych cen skupu rolnicy otrzymują również **premię Fairtrade**. Środki z premii są przeznaczone 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 są reprezentowani na wszystkich szczeblach organizacji i mają 50% głosów decyzyjnych na Walnym Zgromadzeniu oraz w ciałach zarządczych systemu Fairtrade.



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 Fundacji 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.



Sprawozdania z naszej działalności znajdują się w Biuletynie Informacji Publicznej (bip.fairtrade.org.pl).

Zespół Fundacji



Michał Bryda-Przybyszewski
komunikacja



Klaudyna Rozmystowicz
projekty



Tomasz Makowski
wsparcie biznesu



Aleksandra Bilnicka-Mazurkiewicz
biuro



Dominika Dzido
administracja i finanse



Zbigniew Szalbot
Członek Zarządu Fundacji



Andrzej Żwawa
Prezes Zarządu Fundacji



Rynek produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce w 2025 r.

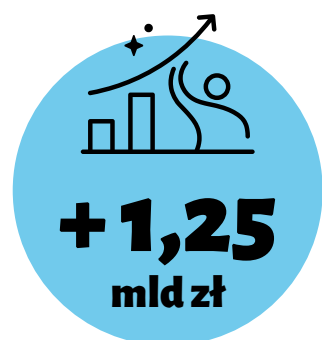
Sprzedaż produktów z certyfikatem Fairtrade

Wartość detaliczna rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce w 2025 roku przekroczyła **1,25 mld złotych**.

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. W 2025 roku dzięki zakupom certyfikowanych produktów przez konsumentów w Polsce premia Fairtrade wyniosła **8 537 583 złotych**. To Państwa wkład w budowanie bardziej sprawiedliwego świata poprzez zwykłe uwzględnianie w zakupach produktów z certyfikatem Fairtrade! Dziękujemy!

Wartość rynku Fairtrade w Polsce



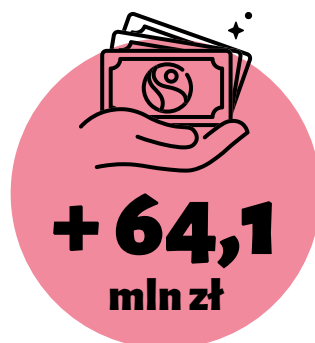
w 2025 r.

Wartość premii Fairtrade



w 2025 r.

Łączna wartość premii Fairtrade



w latach 2015-2025

Bohemian Flowers Limited, farma kwiatowa z certyfikatem Fairtrade, zainwestowała ponad 10 milionów kenijskich szylingów w czesne, wspierając 938 dzieci pracowników. Firma ze środków z premii Fairtrade zapewnia płatny urlop macierzyński, a także finansuje żłobek. Młode matki mogą zostawić pod opieką swoje dzieci i spokojnie iść do pracy. Około 40% osób korzystających z tej usługi to samotne matki, które inaczej nie byłyby w stanie zarabiać na utrzymanie.

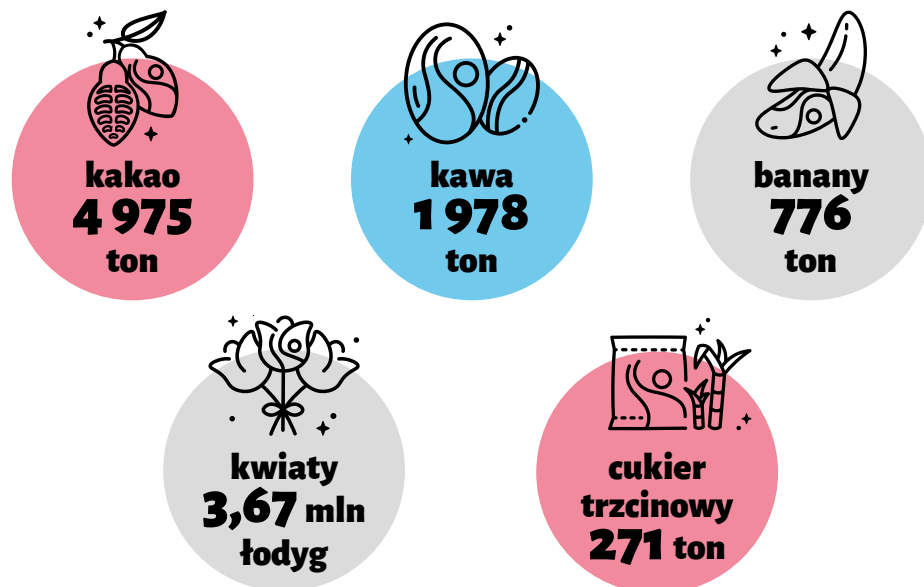
Na zdjęciu: Pauline Seda, Kenia,
fot. Stanislav Komínek / Fairtrade

Kategorie produktowe

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

Wolumeny surowców

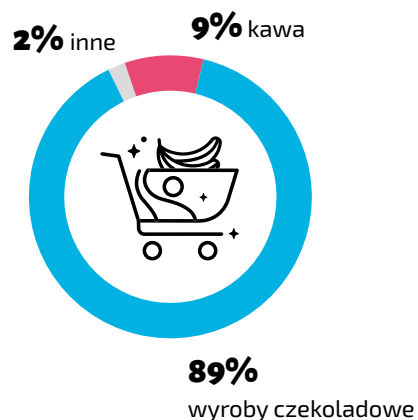
ogółem dla całego rynku w Polsce w 2025 r.



Udział procentowy kategorii produktów

ogółem dla całego rynku w Polsce w 2025 r.

Jeśli chodzi o udział poszczególnych kategorii produktowych, to zdecydowanie dominują wyroby czekoladowe, które w 2025 roku odpowiadały za 89% sprzedaży. Na drugim miejscu plasuje się kawa, z 9% udziałem w sprzedaży. Wszystkie inne kategorie produktowe odpowiadają za pozostałe 2% wartości sprzedaży.



Rolnik z kooperatywy CAYAT podczas suszenia ziaren kakao, Wybrzeże Kości Słoniowej, fot. Mohamed Aly Diabaté / Fairtrade / Fairpicture

Produkty sprzedane

Liczba sztuk wybranych produktów z certyfikatem Fairtrade sprzedanych w Polsce w 2025 r.



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). 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. Jest to możliwe dopiero po podpisaniu umowy licencyjnej z właściwą organizacją Fairtrade.

Na koniec 2025 roku mieliśmy **51 zarejestrowanych w Polsce firm** działających w systemie Fairtrade, z czego:

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

Nowe firmy, które pojawiły się w systemie Fairtrade w 2025 roku:

1. **Bero Polska Sp. z o.o.** – certyfikacja - kawa
2. **Centrum Informacji Biznesu Sp. z o.o.** – certyfikacja - kakao
3. **Cosmo Sp. z o.o.** – certyfikacja - kakao
4. **Karpiński Prawdziwe Lody Sp. z o.o.** – certyfikacja - kakao
5. **Natural Mystic Aroma Sp. z o.o.** – certyfikacja - zioła, herbaty ziołowe i przyprawy
6. **SŁODKIE Sp. z o.o.** – certyfikacja i licencja - cukier trzcinowy, kakao, zioła, herbaty ziołowe i przyprawy
7. **Strauss Cafe Poland Sp. z o.o.** – certyfikacja i licencja – kawa



Liderzy rynku Fairtrade w Polsce

Lidl Polska



Lidl Polska wyróżnia się spośród sieci handlowych obecnych w Polsce, oferując najwięcej produktów oznaczonych znakiem FAIRTRADE w statym asortymencie. W głównej mierze są to produkty marek własnych, takich jak Favorina, Deluxe, Fin Carre oraz J. D. Gross. Obecnie wszystkie czekolady marki własnej Lidl posiadają certyfikat Fairtrade, a sieć utrzymuje wiodącą pozycję w sprzedaży artykułów opartych na certyfikowanych ziarnach kakao Fairtrade.

Lidl Polska zajmuje pozycję lidera w Polsce zarówno jeśli chodzi o wartość wygenerowanej premii Fairtrade, jak i wolumen użycia kakao z certyfikatem Fairtrade.



67%

Lider kategorii:

Kakao Fairtrade

Wolumen certyfikowanego kakao wykorzystanego przez Lidl Polska wyniósł aż 3 331 ton. Oznacza to, że **firma odpowiada za 67% całego wolumenu tego surowca z certyfikatem Fairtrade w Polsce** (łączny wolumen dla całego kraju wynosi 4 978 ton).



38%

Lider kategorii:

Wartość premii Fairtrade

Decyzje zakupowe klientów sieci wygenerowały dla certyfikowanych spółdzielni rolniczych premię Fairtrade o wartości 773 077 euro, co w przeliczeniu daje kwotę **3 169 616 zł**. Stanowi to **aż 38% całkowitej kwoty premii wygenerowanej w całym kraju**.



Kaufland Polska



Sieć marketów Kaufland oferuje największą w Polsce ofertę różnych kategorii produktów Fairtrade, takich jak: wyroby czekoladowe, kawa, kwiaty, banany i inne owoce.

Kaufland został liderem sprzedaży produktów z certyfikatem Fairtrade w aż dwóch kategoriach: banany oraz kwiaty cięte.



Lider kategorii:

Banany Fairtrade

Sprzedaż **bananów** z certyfikatem Fairtrade w marketach Kaufland odpowiada za **73%** udziału rynku w Polsce w 2025 roku.



Lider kategorii:

Kwiaty Fairtrade

Sprzedaż **kwiatów** z certyfikatem Fairtrade w marketach Kaufland odpowiada za **99%** udziału rynku w Polsce w 2025 roku.

Ben&Jerry's



Lody marki Ben&Jerry's są najpopularniejszymi lodami z certyfikatem Fairtrade dostępnymi w Polsce. Firma używa do produkcji lodów wielu surowców z certyfikatem Fairtrade, m.in.: kakao, bananów, wanilii, cukru trzcinowego i kawy. Wszystkie oferowane produkty tej marki mają certyfikat Fairtrade.



Lider kategorii:

**Cukier trzcinowy
Fairtrade**



fot. Ben&Jerry's

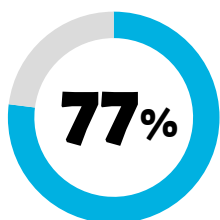
**Widok na gospodarstwo
kakaowe, kooperatywa
El Ceibo, Boliwia.**

fot. Fairtrade CLAC

Badania GlobeScan 2025

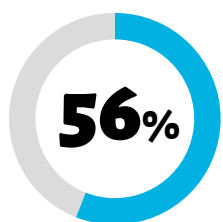
Najnowsze badanie rozpoznawalności Fairtrade, zlecone przez Fairtrade International, przeprowadziła w 13 krajach, w tym w Polsce, firma badawcza GlobeScan. Reprezentatywna próbka dla Polski obejmowała 1005 respondentów.

Jedno z wstępnych pytań dotyczyło ogólnego kojarzenia etykiet z certyfikatem etycznego i/lub ekologicznego pochodzenia. Ponad trzy czwarte respondentów potrafiło wymienić przynajmniej jedną taką etykietę, co stanowi spadek o 3% w porównaniu z badaniem z 2023 r.

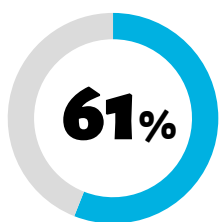


77% badanych rozpoznaje przynajmniej jeden certyfikat etyczny i/lub ekologiczny

Respondentów pytano o wiele kwestii, ale najważniejsze dla nas dane dotyczą rozpoznawalności znaku Fairtrade, zaufania do Fairtrade oraz wpływu Fairtrade na postrzeganie marki. Dane dotyczące rozpoznawalności znaku Fairtrade w Polsce są jednoznaczne - rozpoznawalność stale rośnie i obecnie wynosi 56%, przy czym największa (61%) jest w grupie wiekowej 25-34 lata.

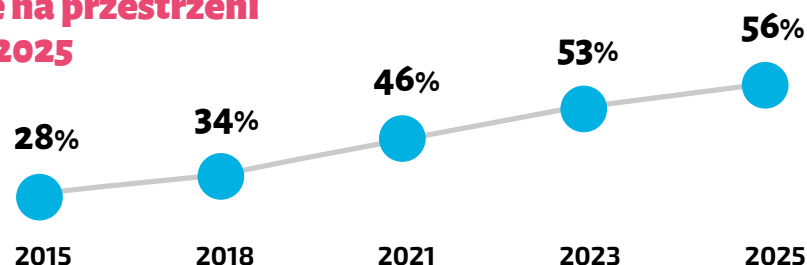


56% badanych rozpoznaje znak Fairtrade



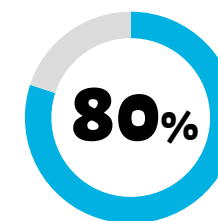
61% osób w wieku 25-34 lat rozpoznaje znak Fairtrade

Wzrost rozpoznawalności Fairtrade na przestrzeni lat 2015–2025



Zaufanie do Fairtrade

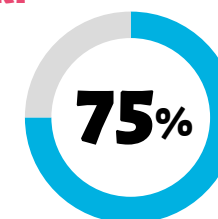
Spośród respondentów, którzy rozpoznali znak Fairtrade, 80% deklaruje zaufanie do niego.



80% respondentów deklaruje zaufanie do Fairtrade

Wpływ Fairtrade na postrzeganie marki

Trzy na cztery osoby, które rozpoznają znak Fairtrade, twierdzą, że pozytywnie odebrałyby jego pojawienie się na opakowaniu kupowanego przez nie produktu.



75% respondentów pozytywnie oceniłoby pojawienie się znaku Fairtrade na produkcie

Anouki Ramesh Jadav, pracownica fabryki tekstyliów Pratibha Syntex, Indie, fot. Subindu Gharkel/Fairtrade



Działania Fundacji w 2025 r.

Zachęcamy do zapoznania się z pełnym opisem naszych działań zrealizowanych w 2025 r. poprzez lekturę sprawozdania dostępnego w naszym Biuletynie Informacji Publicznej (bip.fairtrade.org.pl).

Miesiąc Fairtrade

Celem kampanii Miesiąc Fairtrade jest promowanie idei Sprawiedliwego Handlu oraz systemu etycznej certyfikacji Fairtrade w Polsce. Miesiąc Fairtrade 2025 odbywał się pod hasłem „Wybierz Odpowiedzialnie – Wybierz Fairtrade”. W ten sposób chcieliśmy podkreślić, że codzienne wybory na zakupach mogą przyczyniać się do walki z ubóstwem, pracą dzieci i degradacją środowiska.

Łącznie w trakcie trwania Miesiąca Fairtrade 2025 udało nam się dotrzeć do niemal **1,3 miliona użytkowników mediów społecznościowych**. Naszą stronę internetową odwiedziło w tym czasie **ponad 22 000 osób**. Zadbaliśmy także o zainteresowanie mediów. Udzieliliśmy wywiadu w Radiu Nowy Świat oraz opublikowaliśmy informację prasową na portalach branżowych oraz informacyjnych (łącznie uzyskaliśmy 8 publikacji).

Podczas konferencji inaugurującej Miesiąc Fairtrade potączyliśmy się zdalnie z Aną Polo Aguilar, by porozmawiać o tym, jak wygląda codzienność rolników uprawiających banany w Ekwadorze oraz z jakimi wyzwaniami wiąże się produkcja tych popularnych owoców. Rozmowa była tłumaczona na język polski.

Ważnym punktem Miesiąca Fairtrade była Loteria paragonowa, której celem było zwrócenie uwagi na dostępność produktów z certyfikatem Fairtrade w sklepach w Polsce. W Loterii można było wygrać 10 ekspresów do kawy wraz z zapasem różnych kaw z certyfikatem Fairtrade oraz 50 zestawów certyfikowanych produktów ufundowanych przez firmę Miko Coffee Polska. Podczas Loterii wpłynęło **2196 zgłoszeń**, spośród których zostało wylosowanych 60 zwycięzców.



LOTERIA

PARAGONOWA FAIRTRADE

50x
ZESTAW
PRODUKTÓW
z certyfikatem
Fairtrade

10x
AUTOMATYCZNY
EKSPPRES
DO KAWY

zapas kaw
z certyfikatem
Fairtrade

JAK WZIĄĆ UDZIAŁ W LOTERII?

Kup dowolny produkt ze znakiem FAIRTRADE

Zarejestruj paragon na stronie fairtrade.org.pl/loteria

Zachowaj paragon i opakowanie produktu

Przyjmowanie zgłoszeń do Loterii Paragonowej Fairtrade trwa od 9 maja do 9 czerwca 2025 r. Szczegóły, zgłoszenia oraz regulamin loterii są dostępne na stronie fairtrade.org.pl/loteria

Certyfikat Fairtrade jest oznaczeniem produktów, które są wytwarzane z poszanowaniem ludzi i z troską o planię.

MIESIĄC FAIRTRADE

FAIRTRADE

9.05-9.06.2025

KAUFLAND STAWIA NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

DLA LUDZI, DLA PLANETY

Papierosz walkę z ubóstwem? Nie zgadzasz się na wykorzystywanie dzieci do pracy? Nie chcesz przyczynić się do wycinania lasów i degradacji środowiska?

Wybieraj produkty ze znakiem FAIRTRADE z naszej oferty!



Kalendarz Adwentowy

W grudniu realizowaliśmy loterię edukacyjną pn. Kalendarz Adwentowy Fairtrade. Jest 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 ufundowane przez firmę J.J. Darboven.

Napłynęło łącznie 51 833 zgłoszeń, stronę internetową odwiedziło w tym czasie niemal 22,5 tys. osób, co przełożyło się na ponad 90 tys. wyświetleń. Kampania w mediach społecznościowych dotarła do ponad 567 tys. odbiorców (liczba kont na platformach Facebook oraz Instagram, które wyświetliły treści związane z Loterią).

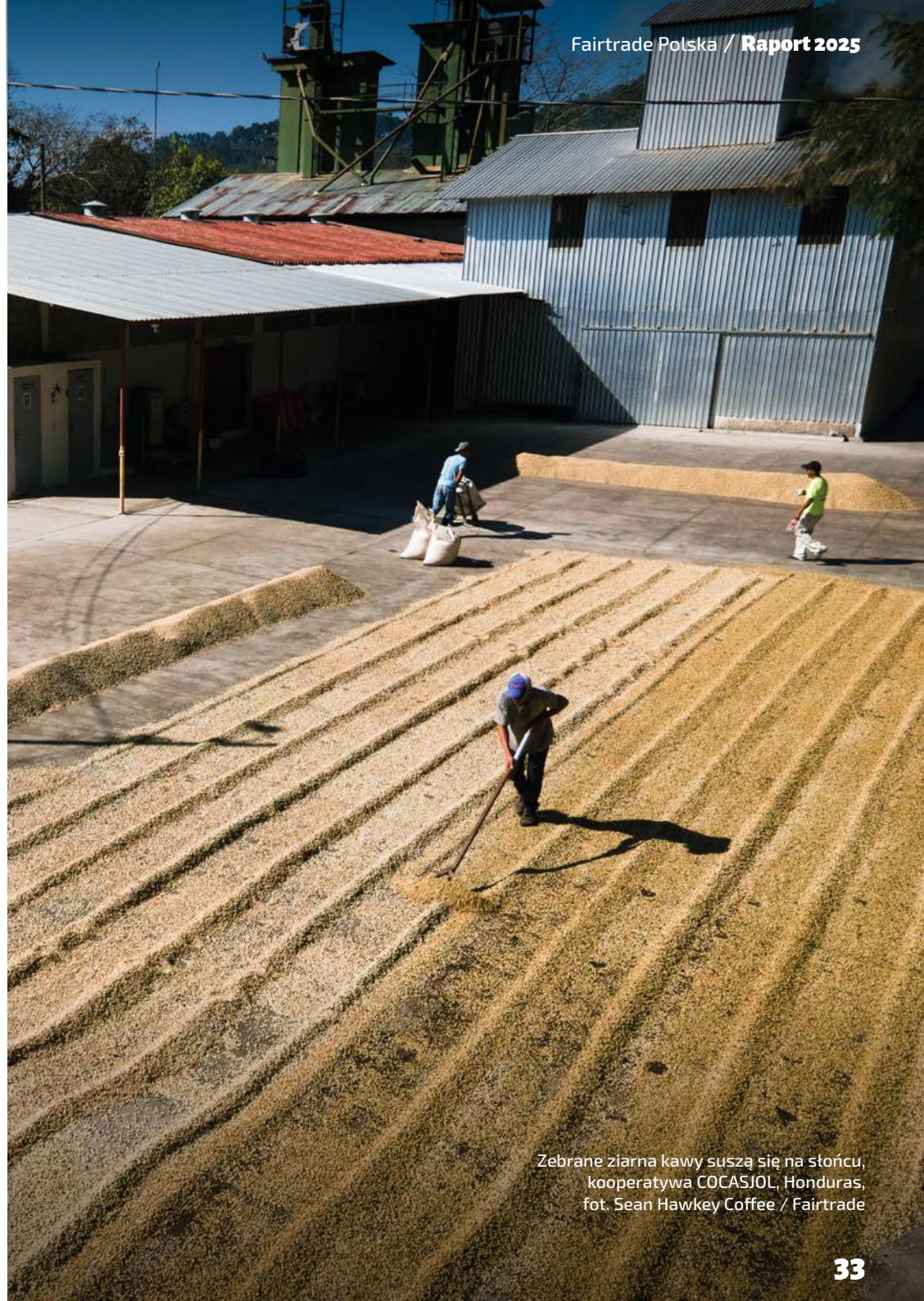


NOPLANETB



NOPLANETB – Bridging Science and Society to Foster Inclusive Transition Strategies to projekt realizowany m.in. przez Fundację Fairtrade Polska. Jest on finansowany przez Komisję Europejską w ramach programu DEAR. W 2025 roku w ramach projektu swoje inicjatywy zrealizowały trzy organizacje społeczeństwa obywatelskiego, wybrane przez Fairtrade Polska do regrantingu, a kolejne cztery zostały zakwalifikowane do realizacji projektów w latach 2026–2027.

Organizacje te podejmują działania na rzecz łagodzenia skutków zmian ekologicznych i klimatycznych, a także na rzecz upowszechniania wiedzy o systemie Fairtrade. Ich potencjał został dodatkowo wzmocniony poprzez udział w cyklu szkoleń prowadzonych przez przedstawicieli Fundacji.



Zebrane ziarna kawy suszą się na stońcu, kooperatywa COCASJOL, Honduras, fot. Sean Hawkey Coffee / Fairtrade

Wybrane wydarzenia z 2025 r.

Dekada Fairtrade w Polsce 2015–2024 na Targach WorldFood Poland (8.04)

W latach 2015–2024 nastąpił dynamiczny rozwój rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce. Od 2015 roku nasza Fundacja oficjalnie reprezentuje w Polsce organizację Fairtrade International, właściciela znaku FAIRTRADE umieszczanego na certyfikowanych produktach Sprawiedliwego Handlu. Z tej okazji uhonorowaliśmy firmy, które przez ostatnie 10 lat (a nawet więcej!) wyróżniły się w szczególny sposób swoim zaangażowaniem w rozwój rynku Fairtrade w Polsce.

Uroczysta gala wręczenia pamiątkowych statuetek dla Partnerów Dekady Fairtrade odbyła się 8.04 podczas pierwszego dnia targów WorldFood Poland w Warszawie. W trakcie wydarzenia zaprezentowaliśmy dane na temat rynku produktów Fairtrade w Polsce, opublikowanych w raporcie „Dekada Rynku Fairtrade w Polsce 2015–2024”.



Poland & CEE Retail Summit 2025 (15-16.04)

Fundacja Fairtrade Polska była oficjalnym partnerem dwudniowej konferencji Poland & CEE Retail Summit, która odbyła się w DoubleTree by Hilton Hotel & Conference Centre w Warszawie. Była to 17. edycja jednego z najważniejszych wydarzeń branżowych w Polsce. Znak certyfikacyjny FAIRTRADE był eksponowany jako symbol etycznego łańcucha dostaw w przestrzeniach konferencyjnych oraz w kanałach informacyjnych wydarzenia, docierając do ponad 3 400 uczestników i uczestniczek.



XXXIV Forum Ekonomiczne w Karpaczu (2-4.09)

Fundacja Fairtrade Polska była Partnerem Instytucjonalnym XXXIV Forum Ekonomicznego w Karpaczu. W tej największej konferencji polityczno-gospodarczej w Europie Środkowej i Wschodniej wzięło udział ponad 6000 gości z około 53 krajów. Forum było okazją do nawiązania kontaktów z przedstawicielami biznesu i samorządów obecnych na tym wydarzeniu. Fundacja Fairtrade Polska była również partnerem „Śniadania Klimatycznego z Lidlem”, podczas którego zaprezentowaliśmy, w jaki sposób Fairtrade przyczynia się do zrównoważonego rozwoju. Dla odwiedzających strefę Lidl Polska dostępne były materiały edukacyjne oraz raport „Dekada Rynku Fairtrade w Polsce 2015–2024”.



Rolnik z kooperatywy COOMAP
przesiewa ziarną kawy, Brazylia,
fot. Santiago Engelhardt / Fairtrade

Targi POLAGRA (24-26.09)

W programie wydarzeń targów POLAGRA, które odbywały się w Poznaniu, znalazła się popołudniowa „Stodka przerwa z Lidlem i Fairtrade”, która połączyła networking z promocją odpowiedzialnej konsumpcji. Na stoisku Lidla zaprezentowaliśmy najnowsze dane dotyczące systemu Fairtrade oraz podkreśliliśmy rolę sieci handlowych w rozwoju rynku produktów z certyfikatem Fairtrade w Polsce.



Forum Lodowe & SWEET (19-20.11)

Fundacja Fairtrade Polska była partnerem VII Forum Lodowego & SWEET – corocznego spotkania branży producentów stodczy i lodów. W trakcie wydarzenia odbyły się wykłady i prelekcje specjalistów oraz naukowców przedstawiających m.in. aktualne trendy i nowe technologie. Gościem specjalnym był zaproszony przez Fundację Fairtrade Polska Jon Walker, specjalista ds. kakao w Fairtrade International.

Komunikacja / media społecznościowe i tradycyjne

W 2025 r. udzieliliśmy **3 wywiadów radiowych** w następujących mediach: Radio TOK FM, Radio Nowy Świat, Radio Wnet.

Uzyskaliśmy także **61 publikacji** na temat Fairtrade w mediach lokalnych i ogólnopolskich.

Jesteśmy obecni w następujących mediach społecznościowych (stan na koniec 2025 r.):



Facebook @FairtradePolska

50 674 obserwujących



Instagram @FairtradePolska

3 237 obserwujących



X (Twitter) @FairtradePolska

434 obserwujących



Youtube @FairtradePolska

684 obserwujących



LinkedIn @FairtradePolska

2 143 obserwujących



Oprócz tego odnotowaliśmy **ponad 172 tys. odston** (sesji) naszej strony internetowej www.fairtrade.net dokonanych przez **95 tys. użytkowników**. Nasza baza mailingowa liczy **9,5 tys. odbiorców**.

W 2025 roku nasze posty w mediach społecznościowych dotarły łącznie do **ponad 4 mln użytkowników**.



Bawełna, Pratibha-Vasudha,
Madhya Pradesh, Indie,
fot Subindu Gharkel / Fairtrade



Polecane publikacje

Na naszej stronie internetowej www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje umieszczamy materiały edukacyjne i promocyjne (m.in. ulotki, plakaty, gry i tamigłówki, 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.



Raport „Dekada Fairtrade 2015-2024”

podsumowanie dekady Fairtrade w Polsce
www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje/raporty.html



Badania GlobeScan 2025

badania na temat rozpoznawalności znaku Fairtrade
www.fairtrade.net/pl-pl/zaangazuj-sie/publikacje/badania.html



Plakat #WybierzOdpowiedzialnie

plakat wykorzystany w trakcie Miesiąca Fairtrade
www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-poland/files/plakaty/FP2025-PL-plakat-banan-A3.pdf



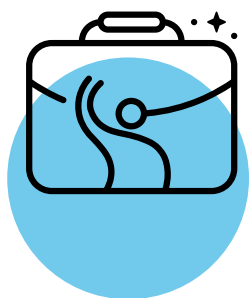
Rolniczka Konan Amalan Cécile podczas zbiorów kakao, Wybrzeże Kości Słoniowej, fot. Mohamed Aly Diabaté / Fairtrade / Fairpicture

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/ESG).



Pracownica plantacji Flamingo
Roses, Kenia, fot. Fairtrade /
Situma Siepete (Hotlist Group)



Fairtrade Polska w mediach
społecznościowych:



www.fairtrade.net