

- Formularz należy wypełnić w języku polskim;
- Sprawozdawca wypełnia tylko przeznaczone dla niego białe pola;
- W trakcie wypełniania formularza istnieje możliwość dodawania wierszy oraz zawijania tekstów w polach;
- We wszystkich polach, w których nie będą wpisane odpowiednie informacje, należy wstawić pojedynczy znak myślnika (---).

Data zamieszczenia sprawozdania 2025-06-26

I. Dane organizacji pożytku publicznego

1. Nazwa organizacji	"CANCER FIGHTERS"		
2. Adres siedziby i dane kontaktowe	Kraj POLSKA	Województwo LUBUSKIE	Powiat GORZÓW WIELKOPOLSKI
Gmina GORZÓW WIELKOPOLSKI	Ulica UL. EDWARDA BOROWSKIEGO	Nr domu 7	Nr lokalu 9
Miejscowość GORZÓW WIELKOPOLSKI	Kod pocztowy 66-400	Poczta GORZÓW WIELKOPOLSKI	Nr telefonu
Nr faksu	E-mail biuro@ideal-consulting.pl	Strona www	
3. Data rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym	2015-10-15		
4. Data uzyskania statusu organizacji pożytku publicznego	2018-02-12		
5. Numer REGON	36274896200000	6. Numer KRS	0000581036
7. Skład organu zarządzającego organizacji <i>(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu zarządzającego)</i>	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Marek Kopyść	Prezes Zarządu	TAK
8. Skład organu kontroli lub nadzoru organizacji <i>(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu kontroli lub nadzoru)</i>	Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
	Adam Kowalczyk	Członek Rady Fundacji	TAK
	Dominik Janczy	Członek Rady Fundacji	NIE
	Agnieszka Paulina Kochan	Członek Rady Fundacji	TAK

<p>9. Cele statutowe organizacji</p> <p><i>(Należy opisać cele na podstawie statutu organizacji)</i></p>	<p>Celem Fundacji jest w szczególności prowadzenie wszechstronnej działalności na rzecz dzieci i dorosłych dotkniętych chorobą nowotworową, a także ich rodzin, podejmowaniem działań polegających na poszerzaniu wiedzy oraz świadomości społecznej o chorobach nowotworowych i ich profilaktyce, a także podejmowanie innych działań z zakresu ochrony i promocji zdrowia. Fundacja prowadzi przedsięwzięcia związane z udzielaniem pomocy osobom dotkniętym chorobą nowotworową, w szczególności poprzez realizację marzeń tych osób.</p>
<p>10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji</p> <p><i>(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)</i></p>	<p>Fundacja realizuje swoje cele w szczególności poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. udzielanie wsparcia i pomocy intelektualnej, rzeczowej oraz finansowej dzieciom i dorosłym dotkniętym chorobą nowotworową oraz ich rodzinom, b. prowadzenie działalności informacyjnej z zakresu profilaktyki chorób nowotworowych, w szczególności poprzez media społecznościowe, a także akcje promocyjne, społeczne i edukacyjne w zakresie realizacji celów statutowych Fundacji, c. organizowanie sesji zdjęciowych, treningów pokazowych, d. organizowanie wydarzeń, spotkań, konferencji związanych z realizacją celów statutowych Fundacji, e. wspomaganie działalności leczniczej w obszarze chorób nowotworowych, a także działalności diagnostycznej i rehabilitacyjnej, f. organizowanie wolontariatu, g. współpracę z instytucjami publicznymi, krajowymi i zagranicznymi organizacjami pozarządowymi, a także z osobami prawnymi i fizycznymi w zakresie ograniczonym do celów statutowych Fundacji, h. udział w wydarzeniach, spotkaniach, seminariach, akcjach charytatywnych związanych z realizacją celów statutowych Fundacji, i. organizowanie grup wsparcia dla dzieci i dorosłych dotkniętych chorobą nowotworową oraz ich rodzin, j. angażowanie znanych osób do realizacji i promocji działań związanych z realizacją celów statutowych Fundacji.

II. Charakterystyka działalności organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Opis działalności pożytku publicznego

1.1. Opis głównych działań podjętych przez organizację

Celem Fundacji jest motywowanie dzieci do walki z chorobą nowotworową i udowodnienie im, że diagnoza to nie wyrok, tylko impuls do pokazania swojej wewnętrznej siły. Organizujemy wydarzenia specjalne dla pacjentów dziecięcych oddziałów onkologicznych. Zapraszamy osoby, które swoją determinacją i ciężką pracą dążą do osiągnięcia wyznaczonych celów. Refundujemy koszty leczenia, wspieramy codzienną walkę z chorobą i kupujemy nowoczesny sprzęt medyczny do klinik onkologicznych w całej Polsce.

Akcja Cancer Fighters była prowadzona od czerwca 2014 roku. Rok później do życia została powołana Fundacja. Od 2019 roku jesteśmy również Organizacją Pożytku Publicznego. Obecnie prowadzimy działania wspierające na terenie całego kraju. Motywujemy dzieci do dalszej walki i robimy wszystko, aby choć na moment mogły zapomnieć o chorobie.

1. Kluczowe liczby i działania fundacji po zakończeniu 2024 roku

- ponad 400 podopiecznych Fundacji
- 7 oddziałów działań Fundacji
- 160 spełnionych marzeń podopiecznych w ciągu roku w ramach akcji SuperPrezent
- 200 wydarzeń tematycznych organizowanych dla podopiecznych Fundacji w całej Polsce

Charytatywne Gale Boxing Challenge

Boxing Challenge to jeden z najbardziej rozpoznawalnych i medialnych projektów Fundacji Cancer Fighters. Wydarzenia te od lat stanowią unikalne połączenie sportowej rywalizacji, wzruszeń, zaangażowania społecznego i realnej pomocy dla osób zmagających się z chorobą nowotworową. Niezależnie od tego, kim uczestnicy są na co dzień — właścicielami firm, pracownikami korporacji, trenerami, influencerami czy artystami — w ringu łączy ich wspólny cel: walka o zdrowie i życie naszych Podopiecznych.

Każda gala to profesjonalnie zorganizowane widowisko, które nie tylko zapewnia emocje na najwyższym poziomie, ale również buduje społeczność ludzi gotowych nieść pomoc. Walki odbywają się w zawodowym ringu, co daje uczestnikom możliwość przeżycia niezapomnianej przygody i sprawdzenia się w zupełnie nowej roli. Dzięki obecności ambasadorów Fundacji, znanych

sportowców i osób publicznych, wydarzenia zyskują szeroki zasięg medialny, co przekłada się na jeszcze większe zaangażowanie darczyńców i partnerów.

Rok 2024 był rekordowy pod względem liczby zorganizowanych gal — odbyło się aż 7 edycji Boxing Challenge w różnych miastach Polski:

- Luty – Warszawa
- Marzec – Wrocław
- Kwiecień – Kielce
- Maj – Szczecin
- Październik – Wrocław
- Listopad – Warszawa
- Grudzień – Gorzów Wielkopolski

W każdej lokalizacji wydarzenie przyciągnęło setki gości oraz dziesiątki zawodników, którzy z determinacją i sercem przystępowali do walki. Gale były nie tylko sportowym show, ale przede wszystkim platformą do prowadzenia licytacji charytatywnych, zbiórek, kampanii informacyjnych oraz spotkań z Podopiecznymi Fundacji, którzy swoją obecnością przypominali o prawdziwym sensie całego projektu.

Efekty finansowe tych siedmiu gal przyniosły imponującą kwotę 1 174 000 złotych, która w całości została przeznaczona na leczenie, rehabilitację i codzienne potrzeby osób chorych na nowotwory — głównie dzieci i młodzieży.

Z perspektywy całego projektu, Boxing Challenge stał się jedną z najważniejszych inicjatyw fundraisingowych w Polsce. Do tej pory odbyło się już blisko 400 walk, w których wzięło udział niemal 600 zawodników. Wydarzenia przyciągnęły łącznie blisko 10 000 gości, a łączna kwota zebrana na rzecz Fundacji przekroczyła 3,5 miliona złotych.

Projekt ten to nie tylko liczby, ale przede wszystkim ludzie — zawodnicy, którzy miesiącami przygotowują się do walki, darczyńcy, którzy z otwartym sercem wspierają naszą misję, wolontariusze, którzy dbają o każdy detal wydarzenia, oraz Podopieczni, którzy dają nam motywację do działania.

Boxing Challenge to wyjątkowa inicjatywa, która pokazuje, że walka w ringu może mieć głębszy sens — może zmieniać życie i dawać nadzieję tam, gdzie jest ona najbardziej potrzebna.

Współpraca z gwiazdami sportu i showbiznesu

Współpraca Fundacji Cancer Fighters z gwiazdami sportu i świata showbiznesu, takimi jak Jan Błachowicz, Joanna Jędrzejczyk, Jakub Patecki, Szpaku, Michał Materla, Akop Szostak, Maciej Janowski, jest kluczowym elementem naszych działań promocyjnych i fundraisingowych. Te znane osobistości przyciągają uwagę publiczności i mediów, co znacząco zwiększa zasięg i efektywność naszych kampanii.

Jan Błachowicz, mistrz UFC, Michał Materla, Akop Szostak, czy Maciej Janowski regularnie uczestniczą w naszych eventach charytatywnych, gdzie ich obecność przyciąga wielu fanów sportów.

Joanna Jędrzejczyk, znana zawodniczka MMA, wspiera Fundację poprzez udział w kampaniach społecznych, które podnoszą świadomość na temat nowotworów i znaczenia wsparcia finansowego.

Jakub Patecki, znany szerzej jako Patec, od 2023 roku aktywnie wspiera Fundację, a w 2024 roku zaangażował się jeszcze mocniej, stając się jednym z najbardziej rozpoznawalnych ambasadorów naszych działań. Dzięki swojej ogromnej społeczności internetowej oraz autentycznemu podejściu do tematu, Patec stał się głosem młodego pokolenia w walce z nowotworami. Wspólnie z Fundacją zorganizował szeroko zakrojoną akcję fundraisingową, której finałem było spotkanie z Podopiecznymi, liczne materiały wideo oraz zbiórka, która zebrała setki tysięcy złotych na pomoc dzieciom onkologicznym. Jego zaangażowanie medialne i osobisty udział w akcjach sprawiają, że przesłanie Fundacji trafia do nowych grup odbiorców i nabiera jeszcze większej siły oddziaływania.

Raper Szpaku angażuje się w działania Fundacji poprzez swoje media społecznościowe, gdzie regularnie promuje nasze inicjatywy oraz zachęca swoich fanów do wsparcia.

Wszyscy ci sportowcy i gwiazdy showbiznesu nie tylko promują Fundację swoją popularnością, ale również aktywnie uczestniczą w życiu Fundacji, przyczyniając się do rozwoju projektów i inicjatyw. Ich zaangażowanie nie tylko podnosi świadomość publiczną, ale również motywuje innych do aktywnego wspierania walki z chorobami nowotworowymi. Dzięki współpracy z takimi osobistościami, Fundacja Cancer Fighters może liczyć na szersze wsparcie społeczne i finansowe, co jest nieocenione w realizacji celów. Wszystkie te działania są ważne nie tylko dla zdobycia funduszy, ale również dla budowania społeczności, która razem staje do walki z rakiem.

Mount Everest dla dzieci walczących z rakiem!

Jednym z najbardziej spektakularnych i emocjonalnych projektów 2024 roku była wyprawa Jakuba „Pateca” Pateckiego na Mount Everest, zorganizowana we współpracy z Fundacją Cancer Fighters. Celem tego wyjątkowego przedsięwzięcia była nie tylko realizacja sportowego wyzwania, ale przede wszystkim zebranie środków na leczenie i wsparcie dzieci zmagających się z chorobą nowotworową.

Symboliczne wejście na najwyższy szczyt świata stało się metaforą codziennej walki naszych Podopiecznych z rakiem. Każdy krok w kierunku szczytu odzwierciedlał determinację, siłę i nadzieję – wartości, które są fundamentem działań Fundacji. Kampania, której założeniem było zebranie 500 000 zł, zakończyła się ogromnym sukcesem, przynosząc aż 886 370 zł w zaledwie kilka dni. Całość środków została przeznaczona na leczenie dzieci chorych onkologicznie.

Wydarzenie zyskało olbrzymi zasięg medialny – zarówno w mediach tradycyjnych (radio, telewizja, portale informacyjne), jak i społecznościowych. Materiały wideo dokumentujące wyprawę, osobisty apel Pateca do jego odbiorców oraz liczne relacje z bazy pod Everestem dotarły do setek tysięcy osób. Kampania była szeroko komentowana w największych serwisach informacyjnych, takich jak Onet, RMF FM, Interia, Radio Eska, Vibe, a także na platformach społecznościowych: YouTube,

Instagram i TikTok, gdzie Patec regularnie publikował relacje z wyprawy i zachęcał do wsparcia.

Sukces tej inicjatywy pokazał, że działania oparte na autentyczności, emocjach i wartościowym celu potrafią połączyć tysiące osób wokół jednej idei. Projekt „Patec na Everest” stał się jednym z najgłośniejszych wydarzeń fundraisingowych w historii Fundacji Cancer Fighters, a jego medialna siła i emocjonalny przekaz stanowią wzór dla przyszłych kampanii.

Antarktyda dla Cancer Fighters

Po sukcesie kampanii „Everest dla Cancer Fighters”, Jakub Patecki – ambasador Fundacji – podjął się kolejnego ekstremalnego wyzwania, tym razem w jednym z najbardziej niedostępnych miejsc na Ziemi. Celem „Misji Antarktyda” była nie tylko walka z mrozem, lodem i fizycznym zmęczeniem, ale przede wszystkim walka o lepsze warunki leczenia dzieci chorych na nowotwory w polskich szpitalach.

Wyprawa Pateca na Biegun Południowy (Ski Last Degree) oraz wejście na Mount Vinson (4892 m n.p.m.) – najwyższy szczyt Antarktydy – miały na celu zebranie środków na zakup nowoczesnego sprzętu medycznego dla pięciu wybranych placówek onkologicznych w Polsce. Determinacja Pateca oraz ogromne zaangażowanie społeczności Fundacji przyniosły imponujący efekt: zebrano aż 250 000 złotych, które zostały rozdzielone po równo – po 50 000 zł – między pięć szpitali dziecięcych. Wszystkie środki zostały przeznaczone na sprzęt diagnostyczny i terapeutyczny, który bezpośrednio wpływa na jakość leczenia, komfort i bezpieczeństwo najmłodszych pacjentów. Fundacja już rozpoczęła proces zakupu i dostarczania urządzeń do oddziałów onkologicznych.

W ramach kampanii wsparcie otrzymały:

- Instytut Matki i Dziecka w Warszawie
- Uniwersytecki Szpital Kliniczny im. Jana Mikulicza-Radeckiego we Wrocławiu
- Samodzielny Publiczny Szpital Kliniczny nr 1 PUM im. Prof. T. Sokołowskiego w Szczecinie
- Uniwersyteckie Centrum Kliniczne w Gdańsku
- Wojewódzki Specjalistyczny Szpital Dziecięcy im. Prof. S. Popowskiego w Olsztynie

Kampania osiągnęła szeroki zasięg medialny – o wyprawie Pateca na Antarktydę pisały ogólnopolskie media, a relacje z przygotowań i samej wyprawy były intensywnie promowane w social mediach. Dzięki emocjonalnemu przekazowi, niezwyklej scenerii i odwadze Jakuba, akcja zyskała ogromne zainteresowanie odbiorców i przyciągnęła setki darczyńców.

„Misja Antarktyda” udowodniła, że nawet najbardziej ekstremalne warunki mogą stać się przestrzenią do czynienia dobra.

Projekt nie tylko dostarczył środków na realną pomoc, ale także zainspirował tysiące osób do działania i udowodnił, że nie ma granic dla solidarności i empatii.

Dzięki tej kampanii:

- Oddziały onkologiczne zostały wyposażone w specjalistyczny sprzęt ratujący życie.
- Dzieci zyskały szybszą diagnostykę i bardziej komfortowe warunki leczenia.
- Rodziny najmłodszych pacjentów otrzymały wsparcie w codziennej walce o zdrowie swoich bliskich.

Cancer Fighters x ORLEN Superliga – sportowa solidarność z najmłodszymi wojownikami

W lutym 2024 roku Fundacja Cancer Fighters wspólnie z ORLEN Superligą i ORLEN Superligą Kobiet zainicjowała unikalną akcję, w której 24 kluby piłki ręcznej połączyły siły, by realnie wesprzeć dzieci walczące z chorobą nowotworową. Kampania rozpoczęła się od symbolicznych „transferów”, w ramach których każdy klub przyjął do swojego składu jednego podopiecznego Fundacji. Dzieci dołączyły do zespołów, otrzymując wsparcie nie tylko od zawodników i zawodniczek, ale także całego środowiska kibiców piłki ręcznej w Polsce.

W ramach akcji prowadzone były internetowe zbiórki, licytacje meczowych koszulek i klubowych gadżetów, a także ustawiono specjalne puszkę podczas spotkań ligowych. Dzięki zaangażowaniu całego środowiska udało się zebrać ponad 161 tysięcy złotych na leczenie dzieci zmagających się z nowotworami. Cała kwota trafiła do Fundacji Cancer Fighters z przeznaczeniem na wsparcie Podopiecznych.

Wymiar finansowy był jednak tylko jednym z elementów tej niezwyklej inicjatywy. Podopieczni Fundacji odwiedzali hale sportowe, mieli okazję spotkać się z zawodnikami, wejść do szatni, uczestniczyć w meczach i przeżywać te chwile ramię w ramię z drużynami. Niektóre dzieci odbierały nawet medale podczas ceremonii zakończenia sezonu. Dodatkowo zainicjowano wzruszającą akcję pisania kartek ze słowami wsparcia i otuchy. Włączyli się w nią nie tylko szczypiorniści, ale również kibice – efektem było setki wiadomości, które trafiły do chorych dzieci, wywołując uśmiech i wzruszenie.

Kampania miała silne wsparcie medialne – nie tylko dzięki publikacjom Superligi, ale również poprzez liczne udostępnienia w social mediach, obecność w klubowych komunikatach oraz materiały wideo, które opowiadały o losach podopiecznych i zaangażowaniu zespołów.

Razem przynieśmy radość Świąt na szpitalne oddziały – Dołącz do Onkodrużyny

Boże Narodzenie to czas nadziei, bliskości i wspólnoty – i właśnie te wartości przyświecały Fundacji Cancer Fighters w trakcie realizacji jednej z najbardziej poruszających akcji w 2024 roku. Naszym celem było nie tylko wręczenie świątecznych prezentów dzieciom przebywającym na oddziałach onkologicznych, ale także wniesienie światła, uśmiechu i otuchy do ich codzienności.

Dzięki ogromnemu zaangażowaniu darczyńców, partnerów i wolontariuszy udało się zrealizować wszystkie wizyty i obdarować niemal 400 dzieci w miastach:

- Warszawa (dwukrotnie),
- Zielona Góra,
- Poznań,
- Kielce,
- Wrocław,
- Olsztyn,

- Gdańsk,
- Szczecin.

Co ważne, paczki z prezentami trafiały zarówno na szpitalne oddziały, jak i bezpośrednio do domów dzieci, które ze względu na stan zdrowia nie mogły uczestniczyć w spotkaniach. Dodatkowo spełniono ponad 300 dziecięcych marzeń – każde z nich zamienione zostało w wyjątkowy prezent, niosący nie tylko radość, ale i nadzieję na lepsze jutro.

W trakcie kampanii odwiedzone oddziały onkologiczne m.in. w:

- Samodzielnym Publicznym Szpitalu Klinicznym nr 1 PUM w Szczecinie,
- Instytucie Matki i Dziecka w Warszawie,
- Uniwersyteckim Centrum Klinicznym w Gdańsku,
- Wojewódzkim Specjalistycznym Szpitalu Dziecięcym w Olsztynie,
- Szpitalu Uniwersyteckim im. Karola Marcinkowskiego w Zielonej Górze,
- Uniwersyteckim Szpitalu Klinicznym we Wrocławiu,
- Szpitalu Klinicznym im. Karola Jonschera w Poznaniu,
- Świętokrzyskim Centrum Pediatrii w Kielcach.

Ostatecznie udało się zebrać 234 638 złotych na zakup świątecznych prezentów i wsparcie dzieci chorych onkologicznie oraz ich rodzin. Choć nie mogliśmy podarować zdrowia – podarowaliśmy coś równie ważnego: chwilę wytchnienia, wzruszenia i poczucia, że nikt nie jest sam w swojej walce.

Każdy z przekazanych prezentów był odpowiedzią na list do Świętego Mikołaja. Dzieci pisały o swoich marzeniach – zabawkach, klockach, lalkach, samochodach – a Fundacja z ogromną starannością realizowała te prośby. W tym szczególnym czasie, zamiast szpitalnego łóżka, dzieci mogły choć na chwilę doświadczyć atmosfery domowych świąt – pełnych radości, kolorów i bez troski. Świąteczna kampania 2024 była nie tylko akcją pomocową, ale również pięknym aktem solidarności. Każda wpłata, każda udostępniona historia, każde dobre słowo tworzyły wspólnie magię, która zostanie z nami na długo. Dzięki niej dzieci mogły choć na chwilę zapomnieć o leczeniu, wrócić do świata zabawy i poczuć, że Święta są także dla nich – pełne cudów i pięknych niespodzianek.

Ultra Baltic Swim

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters zrealizowała kolejną wyjątkową kampanię, która połączyła sport ekstremalny z realną pomocą dla dzieci chorych na nowotwory. Tym razem bohaterem akcji był Bartek Kubkowski, który postawił sobie cel niezwykle trudny – przepłynąć całe Morze Bałtyckie ze Szwecji do Polski, by zebrać milion złotych na leczenie Podopiecznych Fundacji.

Plan zakładał:

- ponad 170 kilometrów w linii prostej,
- około 60 godzin nieprzerwanego pływania,
- brak możliwości dotykania łodzi asekuracyjnej,
- spożywanie posiłków wyłącznie na specjalistycznym kiju asekuracyjnym.

To wyzwanie wymagało nie tylko fizycznej wytrzymałości, ale również nadludzkiej odwagi i determinacji. Niestety, pomimo heroicznej walki z żywiołem i kilkudziesięciu godzin pływania w ekstremalnych warunkach, Bartek musiał podjąć najtrudniejszą decyzję i przerwać próbę przepłynięcia Bałtyku. Decydujące okazały się nieprzewidywalne prądy morskie i surowy klimat, które sprawiły, że kontynuowanie wyzwania stało się niemożliwe.

Jednak to nie porażka. To symbol odwagi, wytrwałości i solidarności, która mimo przeszkód przyniosła ogromne efekty. Dzięki kampanii, zebrano aż 132 344 zł, a wsparcie zadeklarowało ponad 3300 Darczyńców. Środki te zostaną przeznaczone na wsparcie dzieci i ich rodzin w codziennej walce z chorobą nowotworową.

Akcja miała również wymiar motywacyjny i emocjonalny – pokazała, że nawet jeśli nie osiągniemy szczytu, sama droga może być bezcenna. Dzięki medialnemu zasięgowi, kampania dotarła do setek tysięcy osób, inspirując i mobilizując kolejne osoby do działania.

Projekt Super Prezent

Super Prezent to jeden z najbardziej emocjonalnych projektów Fundacji Cancer Fighters. Jego celem jest spełnianie marzeń dzieci chorych onkologicznie – tych, które każdego dnia walczą z trudną diagnozą, bólem, niepewnością i szpitalną codziennością. To właśnie dla nich pragniemy tworzyć wyjątkowe chwile radości i nadziei, które pozwolą choć na moment oderwać się od leczenia i poczuć, że marzenia wciąż są możliwe do spełnienia.

W 2024 roku projekt nabrał dodatkowej energii i skali, m.in. dzięki zaangażowaniu marki Motorpol Wrocław, która włączyła się w realizację prezentów i aktywności na rzecz naszych podopiecznych. Dzięki wsparciu finansowemu partnerów oraz niezwyklej pracy wolontariuszy udało się zrealizować ponad 160 wyjątkowych prezentów – od spotkań z idolami, przez wymarzone zabawki, aż po wspólne wyprawy i niezapomniane przeżycia.

Prezenty były przekazywane zarówno w szpitalach, jak i w domach dzieci, które z powodów zdrowotnych nie mogły uczestniczyć w wydarzeniach osobiście. Każda niespodzianka była dostosowana do indywidualnych marzeń dziecka – po to, by poczuło się ważne, wyjątkowe i otoczone troską.

Serwis Wolni od raka

Serwis "Wolni od Raka" to stworzona przez Fundację Cancer Fighters platforma zbiórkowa, której celem jest wsparcie osób walczących z chorobą nowotworową. Działanie serwisu skupia się na pozyskiwaniu środków finansowych niezbędnych do pokrycia kosztów leczenia – często bardzo wysokich i nierefundowanych w ramach publicznego systemu opieki zdrowotnej. Platforma jest otwarta dla wszystkich podopiecznych Fundacji, którzy znajdują się w trudnej sytuacji życiowej i finansowej wynikającej z diagnozy onkologicznej. Serwis umożliwia szybkie i bezpieczne przekazywanie darowizn na konkretne osoby lub ogólną działalność Fundacji, a każda kampania jest rzetelnie weryfikowana – co daje gwarancję, że pomoc trafia dokładnie tam,

gdzie jest najbardziej potrzebna.

Dzięki środkom zebranych za pośrednictwem serwisu „Wolni od Raka”, wielu pacjentów uzyskało dostęp do nowoczesnych terapii, leków, rehabilitacji oraz sprzętu medycznego, które znacząco wpłynęły na poprawę ich stanu zdrowia i jakości życia. W 2024 roku kontynuowano intensywne prace rozwojowe, których celem było usprawnienie działania serwisu – zarówno od strony technicznej, jak i funkcjonalnej. Wprowadzono rozwiązania poprawiające wygodę użytkownika, zwiększono bezpieczeństwo płatności. Dzięki tym działaniom serwis stał się jeszcze bardziej przyjazny i dostępny – co przełożyło się na wzrost skuteczności zbiorów i większe zaangażowanie darczyńców.

Douglas x Cancer Fighters

W 2024 roku po raz piąty zrealizowaliśmy wyjątkową kampanię we współpracy z perfumeriami Douglas, udowadniając, że piękno może iść w parze z pomaganiem. W ramach akcji „Kup Misia i odkryj piękno pomagania!”, klienci mogli nabyć specjalnie zaprojektowane maskotki, z których całkowity dochód został przeznaczony na zakup sprzętu medycznego dla Dziecięcego Szpitala Onkologicznego we Wrocławiu.

To prosty gest – zakup misia za 89 zł – który miał ogromne znaczenie. Dzięki ogromnemu zaangażowaniu społeczności Douglas oraz wsparciu tysięcy klientów możliwe było doposażenie wrocławskiej placówki w nowoczesny sprzęt medyczny, wspierający codzienną walkę o zdrowie najmłodszych pacjentów.

Ta współpraca miała nie tylko wymiar finansowy. Pokazała także, jak ważna jest wspólnota i empatia – jak wiele dobra można osiągnąć dzięki jedności działań. Kampania była też okazją do promocji idei pomagania wśród nowych odbiorców i budowania świadomości na temat sytuacji dzieci zmagających się z nowotworami.

Moja nastoletnia walka

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters zapoczątkowała realizację wyjątkowego projektu „Moja nastoletnia walka”, który powstał z myślą o nastolatkach zmagających się z chorobą nowotworową. To przestrzeń stworzona po to, by wspierać młodych ludzi w najtrudniejszym momencie życia – kiedy dorastanie łączy się z walką o zdrowie.

Projekt ten ma charakter motywacyjno-społeczny. Gromadzi historie osób, które przeszły leczenie onkologiczne jako nastolatki i dzielą się swoimi przeżyciami z tymi, którzy dopiero wchodzą w tę drogę. Publikowane opowieści pokazują nie tylko medyczne aspekty leczenia, ale również emocjonalne wyzwania, z jakimi mierzą się młodzi pacjenci – od poczucia izolacji i inności, przez obawy o relacje z rówieśnikami, aż po zmiany fizyczne i lęk przed przyszłością.

Celem projektu jest pokazanie, że choroba nie odbiera prawa do dojrzewania, marzeń i nadziei. Dzięki świadectwom rówieśników, młodzi pacjenci mogą odnaleźć w sobie siłę, odwagę i przekonanie, że nie są sami. Projekt stanowi również istotne narzędzie komunikacji z rodzicami, lekarzami i psychologami – pomagając zrozumieć, jak specyficznej uwagi wymaga młodzież onkologiczna.

Powrót do sprawności po chorobie

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters zainicjowała we Wrocławiu nowy program wspierający dzieci i młodzież po zakończonym leczeniu onkologicznym. Projekt realizowany jest we współpracy z Centrum Respo i dr. Michałem Wrzoskiem, który objął finansowym patronatem całe przedsięwzięcie.

Celem programu jest jak najszybsze i bezpieczne przywrócenie sprawności fizycznej dzieciom, które przeszły wyniszczające leczenie onkologiczne. Regularna aktywność fizyczna, odpowiednie ćwiczenia oraz wsparcie specjalistów mają nie tylko poprawić kondycję, ale także pozytywnie wpłynąć na zdrowie psychiczne młodych pacjentów.

Zajęcia odbywają się w przystosowanej przestrzeni we Wrocławiu, pod okiem fizjoterapeutów, trenerów i psychologów.

Program został tak zaprojektowany, by wzmocnić ciało po trudnym leczeniu, odbudować pewność siebie oraz przywrócić dzieciom radość z ruchu.

To kolejny projekt Fundacji, który nie kończy się na leczeniu – lecz obejmuje również proces zdrowienia i powrotu do życia.

Dzięki wsparciu Centrum Respo i dr. Michała Wrzoska możliwe jest stworzenie bezpiecznej przestrzeni, w której młodzi pacjenci odzyskują siły i budują nowe możliwości na przyszłość.

Wsparcie dla osób chorych onkologicznie dotkniętych powodzią

We wrześniu 2024 roku Fundacja Cancer Fighters uruchomiła specjalną ścieżkę wsparcia dla osób chorych onkologicznie, które zostały dotknięte skutkami powodzi na Dolnym Śląsku. W odpowiedzi na dramatyczną sytuację pogodową, Fundacja natychmiast uruchomiła kanały szybkiego kontaktu i pomoc interwencyjną dla najbardziej potrzebujących.

Podopieczni oraz ich rodziny mogli zgłaszać się po wsparcie finansowe lub socjalne związane z utratą mienia, utrudnionym dostępem do leczenia lub koniecznością pilnych interwencji. Informacje udostępniane były szeroko w mediach społecznościowych, a kontakt zapewniono zarówno telefonicznie, jak i poprzez komunikatory (Messenger, Instagram).

Działania te miały na celu nie tylko realną pomoc materialną, ale również zapewnienie poczucia bezpieczeństwa i solidarności.

W obliczu żywiołu Fundacja Cancer Fighters potwierdziła swoje zaangażowanie w reagowanie na potrzeby Beneficjentów – nie tylko w zakresie leczenia, ale również w kryzysowych sytuacjach życiowych.

2. Wpływ na Beneficjentów

Podopieczni:

Działania Fundacji skupiają się na wsparciu medycznym, emocjonalnym oraz materialnym. W 2024 roku zorganizowano blisko 200 spotkań w klinikach onkologicznych w całej Polsce. Regularne wizyty, akcje tematyczne oraz specjalne wydarzenia przyniosły radość, uśmiech i realne wsparcie naszym Podopiecznym. Podczas spotkań przekazywano prezenty urodzinowe, Super Prezenty, upominki świąteczne, a także okolicznościowe niespodzianki, które pozwoliły choć na chwilę oderwać się od szpitalnej codzienności.

3. Współpraca i partnerstwa

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters kontynuowała współpracę z licznymi partnerami, którzy niezmiennie wspierali nasze projekty zarówno finansowo, jak i rzeczowo. Dzięki ich zaangażowaniu możliwe było realizowanie inicjatyw na jeszcze większą skalę, z jeszcze większym zasięgiem i efektywnością.

W mijającym roku rozpoczęliśmy również nowe, strategiczne współprace z kolejnymi partnerami, m.in. z Motorpol Wrocław oraz TIM Catering, którzy aktywnie włączyli się w działania Fundacji, wspierając projekty dedykowane dzieciom i młodzieży onkologicznej. To kolejne przykłady zaangażowanego biznesu, który realnie wpływa na poprawę jakości życia naszych Podopiecznych.

Partnerzy Fundacji – zarówno z sektora prywatnego, jak i publicznego – odgrywają kluczową rolę w rozwoju takich projektów jak „Boxing Challenge”, „Super Prezent” czy programy profilaktyczne i rehabilitacyjne. Ich wsparcie pozwala na finansowanie specjalistycznych terapii, zakup nowoczesnego sprzętu medycznego i leków, które często nie są dostępne w ramach publicznego systemu ochrony zdrowia.

Nieocenione było również zaangażowanie naszych wolontariuszy, którzy pełnili różnorodne role: od pomocy przy organizacji wydarzeń, przez działania administracyjne, aż po wsparcie komunikacyjne i logistyczne. Ich wkład był szczególnie ważny przy realizacji lokalnych akcji zdrowotnych, świątecznych zbiórek, kampanii terenowych i wydarzeń w klinikach, gdzie pomagali w bezpośrednim kontakcie z dziećmi i rodzinami.

Efektem współpracy z partnerami i zaangażowania wolontariuszy było znaczące rozszerzenie zasięgu działań Fundacji w całym kraju – zarówno pod względem liczby projektów, jak i liczby wspartych Podopiecznych. Rok 2024 po raz kolejny potwierdził, że największą siłą naszej organizacji są ludzie – ci, którzy działają z nami ramię w ramię.

4. Zakupione wyposażenie medyczne

W ramach wsparcia dla klinik, Fundacja przekazała m.in.:

- Wentylatory (na różne oddziały)
- Lampy bakterioobójcze
- Fotele rozkładane dla rodziców
- Chłodziarki dla pielęgniarek (na różne oddziały)
- Wagi ze wzrostomierzem na oddział dzienny
- Klimatyzacja do 2 pokoi kuchennych na H2 we Wrocławiu
- Pompy do chemii i stojaki
- USG
- Zamgławiacz (urządzenie do dezynfekcji pomieszczeń)
- Tablet do prac administracyjnych
- Łóżka x2, wielofunkcyjne szafki x2

5. Wzrost wartości medialnej Fundacji

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters zanotowała znaczący wzrost obecności medialnej, co potwierdza skuteczność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz rosnącą rozpoznawalność marki. Łącznie pojawiło się 1939 publikacji w mediach tradycyjnych i społecznościowych, które dotarły do ponad 17,7 miliona odbiorców, a ich szacunkowa wartość reklamowa AVE wyniosła 4 764 677 zł.

Media tradycyjne (880 publikacji) odpowiadały za największy zasięg – 8 963 858 odbiorców, z dominującym udziałem internetu i 100% pozytywnym sentymentem.

Jednym z najbardziej wyróżniających się wydarzeń w komunikacji medialnej Fundacji była Gala Boxing Challenge, która wygenerowała 164 publikacje, docierając do ponad 428 tysięcy odbiorców, z szacowaną wartością przekazu medialnego 243,7 tys. zł. Treści na temat wydarzenia najczęściej koncentrowały się wokół charytatywnego celu, sportowej rywalizacji oraz jego lokalnego charakteru.

Analiza pokazała, że Fundacja Cancer Fighters jest atrakcyjnym partnerem medialnym, który może skutecznie promować działania swoich partnerów i sponsorów. Co więcej, prognozowana wartość wizerunkowa AVE dla potencjalnego sponsora Fundacji może wynieść nawet 206 715 zł, przy założeniu szerokiej obecności w mediach tradycyjnych i społecznościowych.

W 2024 roku Fundacja Cancer Fighters działała również intensywnie w mediach społecznościowych – stworzyła przestrzeń, która realnie zmienia sposób myślenia o raku i chorobie. W ciągu roku opublikowaliśmy ponad 1000 wpisów na Instagramie, TikToku, Facebooku i YouTube, osiągając łączny zasięg blisko 9 milionów odbiorców, z szacunkowym AVE przekraczającym 2,1 mln zł. Ale za tymi liczbami stoi coś znacznie ważniejszego niż statystyka.

W połowie roku Fundacja stworzyła viralową kampanię, wpisując się w popularny trend TikToka. Spot, który wzruszał i poruszał, ukazując codzienność dzieci z kliniki onkologicznej „Przylądek Nadziei”, został nazwany przez media „game-changerem”.

Zamiast zabawnego formatu – łzy i prawda. Zamiast dystansu – empatia. Film oparty na autentycznych wypowiedziach dzieci, takich jak:

„Tu badania, tu mój oddział, tu sala zabaw, tu ciecie pielęgniarki, tu kujają, tu leki, tu chemia ...” – rozszedł się szeroko i był cytowany w największych portalach. Pokazał, że można działać wiralowo bez rezygnowania z autentyczności.

Dla Fundacji media społecznościowe to nie narzędzie zasięgu – to miejsce budowania relacji i wspólnoty. Od początku naszej obecności online wierzyliśmy, że rak to nie tylko temat medyczny. To historia ludzka. I dlatego pokazujemy ją tak, jak ją przeżywają nasi podopieczni – bez filtrów, z emocjami, z odwagą.

Tworzymy społeczność Cancer Fighters. Taką, która nie patrzy na raka przez pryzmat litości, ale przez pryzmat siły, współdziałania i nadziei. Codzienne nagrywki z klinik, wspólne relacje z wydarzeń, formaty tworzone z udziałem dzieci i młodzieży – to wszystko sprawia, że media społecznościowe Fundacji stają się przestrzenią do wyrażania siebie, szukania

wsparcia i odbudowywania wiary we własne możliwości.

To podejście zaczęło przyciągać – i to widać w liczbach. Ale przede wszystkim: w zaangażowaniu, komentarzach, wiadomościach i działaniach naszej społeczności. Fundacja Cancer Fighters nie buduje zasięgów. Buduje społeczność. I to właśnie ona jest największym sukcesem medialnym roku 2024.

6. Podsumowanie

Rok 2024 był dla Fundacji Cancer Fighters czasem dynamicznego rozwoju, nowych wyzwań i spektakularnych dowodów na to, że wspólnymi siłami można realnie zmieniać rzeczywistość dzieci i młodzieży walczących z chorobą nowotworową. To rok, w którym nie tylko kontynuowaliśmy nasze kluczowe projekty, takie jak Super Prezent, Boxing Challenge czy platforma Wolni od Raka, ale też odważnie rozpoczęliśmy nowe inicjatywy – w tym program powrotu do sprawności we Wrocławiu, projekt Moja Nastolatnia Walka czy natychmiastowe działania kryzysowe podczas powodzi na Dolnym Śląsku.

Dzięki wsparciu partnerów, darczyńców, wolontariuszy i całej naszej społeczności udało się:

- zorganizować blisko 200 spotkań z podopiecznymi w klinikach onkologicznych,
- sfinansować leczenie, rehabilitację i zakup sprzętu dla setek dzieci i dorosłych w całej Polsce,
- zbudować wyjątkową obecność w mediach, z dotarciem do ponad 17 milionów odbiorców i wartością medialną przekazu przekraczającą 4,7 mln zł.

Fundacja Cancer Fighters pokazała również, że działania społeczne mogą iść w parze z nowoczesną, wiralową komunikacją.

Wzruszające kampanie w mediach społecznościowych – tworzone wspólnie z dziećmi, ich rodzinami i ambasadorami – nie tylko dotarły do milionów użytkowników, ale przede wszystkim zbudowały społeczność, dla której rak to nie tabu, lecz temat bliskości, siły i solidarności.

To wszystko nie byłoby możliwe bez zaangażowania ludzi, którzy wierzą w naszą misję. Ten rok utwierdził nas w przekonaniu, że tworzymy coś więcej niż organizację – tworzymy ruch. Tworzymy przestrzeń, w której każde dziecko chore na nowotwór może poczuć, że nie jest samo. Że ktoś o nie walczy. Że wokół niego są ludzie gotowi działać – z sercem, z wiarą i z ogromną siłą.

<p>1.2. Zasięg terytorialny prowadzonej przez organizację działalności pożytku publicznego</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)</i></p>	<table><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)</td><td><input type="checkbox"/></td><td>województwo</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>gmina</td><td><input type="checkbox"/></td><td>kilka województw</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>kilka gmin</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>cały kraj</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>powiat</td><td><input type="checkbox"/></td><td>poza granicami kraju</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>kilka powiatów</td><td></td><td></td></tr></table>	<input type="checkbox"/>	najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	<input type="checkbox"/>	województwo	<input type="checkbox"/>	gmina	<input type="checkbox"/>	kilka województw	<input type="checkbox"/>	kilka gmin	<input checked="" type="checkbox"/>	cały kraj	<input type="checkbox"/>	powiat	<input type="checkbox"/>	poza granicami kraju	<input type="checkbox"/>	kilka powiatów		
<input type="checkbox"/>	najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	<input type="checkbox"/>	województwo																		
<input type="checkbox"/>	gmina	<input type="checkbox"/>	kilka województw																		
<input type="checkbox"/>	kilka gmin	<input checked="" type="checkbox"/>	cały kraj																		
<input type="checkbox"/>	powiat	<input type="checkbox"/>	poza granicami kraju																		
<input type="checkbox"/>	kilka powiatów																				

2. Informacja dotycząca liczby odbiorców działań organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

2.1. Liczba odbiorców działań organizacji	Osoby fizyczne	550	
	Osoby prawne	60	

(Należy oszacować liczbę odbiorców działań organizacji w okresie sprawozdawczym, w podziale na osoby fizyczne i osoby prawne)

2.2. Informacje na temat odbiorców innych, niż wymienieni w pkt 2.1, na rzecz których działała organizacja	Kliniki, szpitale i inne placówki lecznicze
--	---

(Np. zwierzęta, zabytki)

3. Informacja dotycząca działalności nieodpłatnej pożytku publicznego organizacji w okresie sprawozdawczym

3.1. Organizacja prowadziła działalność nieodpłatną pożytku publicznego	<input checked="" type="radio"/> Tak <input type="radio"/> Nie
---	---

3.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności nieodpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer(-y) działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności nieodpłatnej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), **zaczynając od głównego przedmiotu działalności**

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
1	ochrona i promocja zdrowia, w tym działalność lecznicza w rozumieniu ustawy z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej (Dz. U. z 2015 r. poz. 618, 788 i 905)	Udzielanie pomocy rzeczowej i finansowej dzieciom dotkniętym chorobą nowotworową i ich rodzinom; działania polegające na prowadzeniu wszechstronnej działalności na rzecz dzieci i dorosłych dotkniętych chorobą nowotworową, a także objęcie pomocą ich rodzin, podejmowanie działań polegających na poszerzaniu wiedzy i świadomości społecznej o chorobach nowotworowych o ich profilaktyce, a także podejmowanie innych działań z zakresu ochrony i promocji zdrowia, prowadzenie działań związanych z udzielaniem pomocy społecznej rodzinom i osobom dotkniętym chorobą nowotworową poprzez realizację marzeń tych osób, akcje społeczne i świąteczne, umilenie trudnego czasu w bardzo trudnych chwilach.	88.99.Z	2 022 885,43 zł

4. Informacja dotycząca działalności odpłatnej pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

4.1. Organizacja prowadziła działalność odpłatną pożytku publicznego

Tak
 Nie

4.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności odpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer(-y) działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności odpłatnej, należy podać informację na temat trzech głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), **zaczynając od głównego przedmiotu działalności**

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
-----	--	------------------------	------------------	---

5. Informacja dotycząca działalności gospodarczej organizacji w okresie sprawozdawczym

5.1. Organizacja prowadziła działalność gospodarczą

Tak
 Nie

5.2. Należy podać informację na temat przedmiotu działalności gospodarczej organizacji wraz z opisem tej działalności w okresie sprawozdawczym, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności gospodarczej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów), **zaczynając od głównego przedmiotu działalności**

Lp.	Numer Kodu (PKD)	Przedmiot i opis działalności
1	47.91.Z	sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet, pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach: pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami; Przedmiotami obrotu/sprzedaży są ubrania, koszulki damskie i męskie, dresy kompletne, bluzy sportowe i czapki, poduszki, torby i plecaki oraz kubki i inne drobne gadżety. Do działalności gospodarczej zaliczyć należy także usługi promocji firm, tj. wszystkiego rodzaju sponsoring polegający na umieszczeniu logo firm, danych firm i osób, które są fundatorami dla podopiecznych Fundacji.

III. Przychody i koszty organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Informacja o przychodach organizacji		
1. Łączna kwota przychodów organizacji ogółem (zgodnie z rachunkiem zysków i strat)		12 479 095,81 zł
a) przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego		2 618 135,70 zł
b) przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego		0,00 zł
c) przychody z działalności gospodarczej		282 455,58 zł
d) przychody finansowe		0,00 zł
e) pozostałe przychody		9 578 504,53 zł
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji		
2.1. Przychody z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych		2 618 002,40 zł
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:		0,00 zł
w tym:	a) ze środków europejskich w rozumieniu przepisów o finansach publicznych	0,00 zł
	b) ze środków budżetu państwa	0,00 zł
	c) ze środków budżetu jednostek samorządu terytorialnego	0,00 zł
	d) ze środków państwowych funduszy celowych	0,00 zł
2.3. Ze źródeł prywatnych ogółem:		9 861 093,41 zł
w tym:	a) ze składek członkowskich	0,00 zł
	b) z darowizn od osób fizycznych	534 787,04 zł
	c) z darowizn od osób prawnych	4 896 213,83 zł
	d) z ofiarności publicznej (zbiórek publicznych, kwest)	4 147 636,96 zł
	e) ze spadków, zapisów	0,00 zł
	f) z wpływów z majątku (w szczególności sprzedaży lub wynajmu składników majątkowych)	0,00 zł
	g) z działalności gospodarczej	282 455,58 zł
2.4. Z innych źródeł		0,00 zł
3. Informacje o kosztach poniesionych z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym		
3.1. Stan środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych na pierwszy dzień roku sprawozdawczego		496 377,78 zł
3.2. Wysokość kwoty poniesionych kosztów z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym ogółem		3 326 181,52 zł

3.3. Działania, w ramach których poniesiono koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym (w szczególności określone w pkt II.1.1), oraz szacunkowe kwoty przeznaczone na te działania

1	Wydatki na leki, materiały, środki ochrony zdrowia, wyposażenie i sprzęt medyczny oraz usługi związane z ochroną zdrowia, konsultacje ze specjalistami, lekarzami, opinie lekarskie, refundacja laków, leczenia szpitalnego zagranicznego, refundacja marekietów, suplementów, odżywek i usług związanych z rehabilitacją, koszty poniesione na leczenie, dojazdy do klinik, spełnienie marzeń w postaci umominków, zabawek i drobnych wymarzonych prezentów dla dzieci	3 201 020,67 zł
---	---	-----------------

3.4. Cele szczegółowe, w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym od osób fizycznych, wskazane przez podatników podatku dochodowego od osób fizycznych, na które organizacja pożytku publicznego poniosła najwyższe koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego w okresie sprawozdawczym wraz z kwotą kosztów

1	Podopieczny 2	54 508,12 zł
2	Podopieczny 3	37 451,35 zł
3	Podopieczny 4	28 731,18 zł
4	Podopieczny 5	28 995,49 zł
5	Podopieczny 1	586 658,37 zł

4. Informacje o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym		Koszty ogółem:	W tym: wysokość kosztów finansowana z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
4.1. Koszty organizacji w okresie sprawozdawczym ogółem:		6 713 804,36 zł	3 326 181,52 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego		3 326 181,52 zł	2 557 206,15 zł
b) koszty z tytułu prowadzenia odpłatnej działalności pożytku publicznego		0,00 zł	0,00 zł
c) koszty z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej		266 699,29 zł	
d) koszty finansowe		42 371,71 zł	
e) koszty administracyjne		1 700 918,57 zł	356 855,63 zł
f) pozostałe koszty ogółem		1 377 633,27 zł	412 119,74 zł
4.2. Koszty kampanii informacyjnej lub reklamowej związanej z pozyskiwaniem 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych		412 119,74 zł	412 119,74 zł

5. Wynik działalności odpłatnej i nieodpłatnej pożytku publicznego lub działalności gospodarczej organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

5.1. Wynik działalności nieodpłatnej pożytku publicznego	-708 045,82 zł
5.2. Wynik działalności odpłatnej pożytku publicznego	0,00 zł
5.3. Wynik działalności gospodarczej	15 756,29 zł
w tym: wysokość środków przeznaczona na działalność pożytku publicznego	15 756,29 zł

IV. Korzystanie z uprawnień w okresie sprawozdawczym

<p>1. Organizacja korzystała z następujących zwolnień</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji. W przypadku zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych - podać dodatkowo kwotę)</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/> z podatku dochodowego od osób prawnych <input type="checkbox"/> z podatku od nieruchomości <input type="checkbox"/> z podatku od czynności cywilnoprawnych <input type="checkbox"/> z podatku od towarów i usług <input type="checkbox"/> z opłaty skarbowej <input type="checkbox"/> z opłat sądowych <input type="checkbox"/> z innych zwolnień, jakich: <input type="checkbox"/> nie korzystała	<p>1 095 405,38 zł</p>
--	---	------------------------

<p>2. Organizacja korzystała z prawa do nieodpłatnego informowania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej działalności nieodpłatnej pożytku publicznego, zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.</p>	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
--	---

<p>3. Organizacja korzystała z uprawnienia do nabycia na szczególnych zasadach prawa własności lub prawa użytkowania wieczystego nieruchomości z zasobu Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego, lub zawarła na preferencyjnych warunkach z podmiotami publicznymi umowy użytkowania, najmu, dzierżawy lub użyczenia i przysługuje jej w odniesieniu do tych nieruchomości następujące prawo:</p> <p><i>(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)</i></p>	<input type="checkbox"/> własność <input type="checkbox"/> użytkowanie wieczyste <input type="checkbox"/> najem <input type="checkbox"/> użytkowanie <input type="checkbox"/> użyczenie <input type="checkbox"/> dzierżawa <input checked="" type="checkbox"/> nie korzystała
---	---

V. Personel organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Pracownicy oraz osoby zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej

<p>1.1. Liczba osób zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy <i>(Należy uwzględnić wszystkie osoby zatrudnione w organizacji na podstawie stosunku pracy (etat lub część etatu) w okresie sprawozdawczym, nawet jeżeli obecnie nie są już zatrudnione w organizacji)</i></p>	<p>10 osób</p>
---	----------------

<p>1.2. Przeciętna liczba zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy w przeliczeniu na pełne etaty <i>(Aby określić przeciętne zatrudnienie należy zsumować wszystkie osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy w poszczególnych miesiącach w okresie sprawozdawczym (wraz z ułamkami odpowiadającymi części etatu, np. 0,50 w przypadku osoby zatrudnionej na pół etatu), dodać do siebie sumy zatrudnionych z 12 miesięcy i podzielić przez 12. Wynik wpisać z dokładnością do 2 miejsca po przecinku)</i></p>	<p>8,50 etatów</p>
---	--------------------

<p>1.3. Liczba osób w organizacji świadczących usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej <i>(Jeżeli kilka umów cywilnoprawnych było wykonywanych przez jedną osobę, to dana osoba powinna być policzona tylko raz)</i></p>	<p>20 osób</p>
---	----------------

2. Członkowie

<p>2.1. Organizacja posiada członków</p>	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
--	---

0 osób fizycznych

2.2. Liczba członków organizacji wg stanu na ostatni dzień roku sprawozdawczego		0 osób prawnych
3. Wolontariat w okresie sprawozdawczym		
3.1. Organizacja korzystała ze świadczeń wykonywanych przez wolontariuszy <i>(Zgodnie z ustawą z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wolontariuszami są osoby fizyczne, które ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonują świadczenia na rzecz organizacji, niezależnie od tego, czy są to osoby niezwiązane z organizacją, członkowie, pracownicy, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej czy przedstawiciele władz organizacji)</i>		<input checked="" type="radio"/> Tak <input type="radio"/> Nie
3.2. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji <u>przez okres krótszy niż 30 dni</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym i czasu pracy)</i>		15 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	15 osób

3.3. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji <u>przez okres od 30 dni do 6 miesięcy</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)</i>		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób
3.4. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres <u>dłuższy niż 6 miesięcy</u> <i>(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)</i>		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1. Łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		857 697,88 zł
w tym:	a) z tytułu umów o pracę	642 398,70 zł
	- wynagrodzenie zasadnicze	642 398,70 zł
	- nagrody	0,00 zł
	- premie	0,00 zł
	- inne świadczenia	0,00 zł
	b) z tytułu umów cywilnoprawnych	215 299,18 zł
2. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		857 697,88 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	0,00 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	857 697,88 zł
3. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej w związku z prowadzoną przez organizację działalnością gospodarczą		0,00 zł
4. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu zarządzającego organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>(Aby określić przeciętne miesięczne wynagrodzenie należy: 1. zsumować wszystkie kwoty wynagrodzeń wypłacone w ciągu roku sprawozdawczego (wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne); 2. podzielić zsumowaną kwotę przez 12 (miesiące) 3. podzielić przez liczbę członków zarządu)</i>		22 200,77 zł
5. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		0,00 zł
6. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom innych, niż organu zarządzającego, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne <i>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		0,00 zł
7. Wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikom organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 4-6, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej <i>(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)</i>		5 371,27 zł

8. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	22 795,86 zł
9. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0,00 zł
10. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi innych niż organ zarządzający, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0,00 zł
11. Wysokość najwyższego (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikowi organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 8-10, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz wynagrodzenia wypłaconego osobie świadczącej usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej	9 658,71 zł

12. Dodatkowe uwagi dotyczące wynagrodzeń <i>(Można wpisać informacje dotyczące wynagrodzeń, o których mowa w pkt 1-11, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)</i>	
--	--

VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożyczkach publicznego pożyczkach pieniężnych w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja udzielała pożyczek pieniężnych	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
2. Wysokość udzielonych pożyczek pieniężnych	0,00 zł
3. Statutowa podstawa przyznania pożyczek pieniężnych	

VIII. Informacja o działalności zleconej organizacji pożyczki publicznego przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja realizowała zadania zlecone przez organy jednostek samorządu terytorialnego	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
2. Informacja na temat głównych realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację <i>(Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)</i>	

Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota
----	---------------	-----------------	------------------------------------	-------

3. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zadania zlecone przez organy administracji rządowej lub państwowe fundusze celowe	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
---	---

4. Informacja na temat realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację <i>(Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)</i>				
---	--	--	--	--

Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota
----	---------------	-----------------	------------------------------------	-------

IX. Informacja dotycząca realizowanych przez organizację pożyczki publicznego w okresie sprawozdawczym zamówień publicznych
(Należy wpisać realizowane zamówienia publiczne w rozumieniu ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych oraz te, do których nie stosuje się przepisów ww. ustawy, np. zamówienia, których wartość nie przekroczyła wyrażonej w złotych równowartości kwoty 14 000 euro)

1. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zamówienia publiczne	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie
--	---

2. Informacja na temat realizowanych zamówień i kwot otrzymanych na ich realizację				
Lp	Przedmiot zamówienia	Nazwa organu	Kwota	

X. Informacje uzupełniające

1. Wykaz spółek, w których organizacja posiada co najmniej 20% udziałów lub akcji w kapitale zakładowym lub co najmniej 20% ogólnej liczby głosów w organie stanowiącym spółki

Lp.	Nazwa spółki	REGON	Siedziba spółki	% udziałów lub akcji w kapitale	% udziału w ogólnej liczbie głosów
1	Boxing Challenge Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	385769854	ul.Piłsudskiego 40/1, Wrocław	100,00	100,00

2. Wykaz fundacji, których organizacja jest fundatorem

3. Informacje o kontrolach przeprowadzonych w organizacji przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym

Lp	Organ kontrolujący	Liczba kontroli
4.	Organizacja przeprowadziła badanie sprawozdania finansowego na podstawie ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości lub rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 grudnia 2004 r. w sprawie obowiązku badania sprawozdań finansowych organizacji pożytku publicznego	<input type="radio"/> Tak <input checked="" type="radio"/> Nie

5. Dodatkowe informacje

(Można wpisać w poniższe pole inne informacje, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)

W wyniku weryfikacji zmianie uległa kwota z poz.III.2.1 "Przychody z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych"

-dane sprzed korekty 2 618 135,70 zł,

-dane po korekcie 2 618 002,40 zł;

Dodatkowo w uzupełnieniu do informacji dodatkowych Fundacja przedstawia strukturę kosztów oraz zestawienie danych dotyczących środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych.

I. Struktura kosztów Fundacji za 2024 rok

Koszty Fundacji za cały rok : 6 713 804,36 zł

1. Koszty Fundacji wg charakteru działalności :

a) koszty nieodpłatnej działalności pożytku publicznego (wyłącznie sfinansowane ze środków pochodzących z 1,5 % podatku od osób fizycznych) 3 326 181,52 zł

b) koszty działalności statutowej (nieodpłatna działalność zaliczona w RZIS do pozostałej działalności statutowej) 3 072 439,24 zł

c) koszty odpłatnej działalności statutowej 0

d) koszty działalności gospodarczej 266 699,29 zł

e) pozostałe koszty operacyjne 6 112,60 zł

f) pozostałe koszty finansowe 42 371,71 zł

Łączne koszty działalności statutowej 6 398 620,76 zł - zgodnie z rachunkiem zysków i strat.

2. Wydatki działalności statutowej Fundacji wg rodzaju kosztów:

W ramach działalności statutowej poniesiono wydatki według rodzaju w łącznej wysokości 6 437 119,86 zł, z tego :

a) wydatki statutowe na materiały, leki, wyposażenie, paliwo i środki dla podopiecznych 2 640 170,44 zł

- w tym wydatki finansowane z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych 1 750 791,96 zł

b) wydatki statutowe na usługi obce 1 683 910,88 zł

- w tym wydatki z finansowane z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych 806 413,96 zł

c) wydatki statutowe na działalność związaną z dofinansowaniem 0 zł

d) wydatki administracyjne 1 700 918,57 zł

- w tym na materiały, usługi obce 560 176,32 zł

- w tym na wynagrodzenia i ubezpieczenia społeczne 1 008 670,39 zł

e) wydatki na kampanie i usługi medialne finansowane z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych 412 119,97 zł

Różnica pomiędzy kosztami statutowymi wykazanymi w rachunku zysków i strat, a zestawieniem według rodzaju wynika z odmiennego sposobu prezentacji danych (układ funkcjonalny w RZIS oraz układ rodzajowy w zestawieniu szczegółowym).

Koszty działalności gospodarczej wynosiły 266 699,29 zł.

Łączne pozostałe koszty operacyjne i finansowe wynosiły: 48 484,31 zł, w tym:

- pozostałe koszty operacyjne 6 112,60 zł

- koszty finansowe 42 371,71 zł

II. Dane dotyczące uzyskanych przychodów i poniesionych kosztów z tyt. 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych (uzupełnienie informacji dodatkowej)

Stan środków pochodzących z 1,5% podatku od osób fizycznych na dzień 1.01.2024 : 496 377,78 zł

Przychody Fundacji ze środków pochodzących w 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych 2 618 002,40 zł, w tym:

- wpływ z przeznaczeniem na cele szczegółowe 2 066 577,00 zł

- w tym wpływ na cele ogólne Fundacji 551 425,40 zł

Wydatki Fundacji sfinansowane ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych 3 326 181,52 zł

Stan środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych na dzień 31.12.2024r - 0 zł

Wyjaśnienie: W 2024 r suma wydatków zakwalifikowanych jako finansowane ze środków 1,5% (wydatki na podopiecznych oraz nakłady na kampanię informacyjną związaną z pozyskiwaniem 1,5% na rok bieżący i kolejny) przewyższyła wartość wpływu środków 1,5% otrzymaną w 2024 r. (za rok 2023) wraz ze stanem początkowym na 1.01.2024 r., co skutkowało wykorzystaniem środków do poziomu 0,00 zł na koniec roku.

Imię i nazwisko osoby upoważnionej lub imiona i nazwiska osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu organizacji	Marek Kopyść	Data wypełnienia sprawozdania	2025-06-26
--	--------------	-------------------------------	------------