



Forest Stewardship Council®



Вимоги щодо використання торгових знаків FSC® утримувачами сертифікатів

FSC-STD-50-001 V2-1 UKR

Назва:	Вимоги щодо використання торгових знаків FSC® утримувачами сертифікатів	
Код документа:	FSC-STD-50-001 V2-1 UA	
Approval:	31 травня 2021 року	
Контакти:	FSC Global Development Adenauerallee 134 53113 Bonn, Germany	
		+49 (0)228 367 660
		+49 (0)228 367 6630
		trademark@fsc.org

© 2021 Forest Stewardship Council AC. Усі права захищено.

FSC® F000100

Жодну частину цього документа, що охороняється законом про авторське право видавця, не може бути відтворено чи скопійовано в будь-якій формі або будь-якими засобами (графічними, електронними або механічними, в тому числі фотокопіюванням, аудіозаписом, зокрема на магнітних носіях, або інформаційно-пошуковими системами) без письмового дозволу видавця.

Цей документ є перекладом оригінального документа з англійської мови. У разі виникнення сумнівів або виявлення відмінностей між перекладом та оригінальним документом, версія англійською мовою завжди вважатиметься правильною.

Примітка. Переклад здійснено за підтримки FSC Україна (Україна, м. Київ, вул. Васильківська, 14, 3а поверх, офіс 307А, тел.: +380442236845, e-mail: info@fsc.org.ua). FSC Україна не несе жодної відповідальності за можливі збитки через помилки, відхилення або інтерпретації цього перекладу. Оригінальну версію цього документа англійською мовою опубліковано на fsc.org.

Друковані копії цього документа не контролюються та використовуються тільки з довідковою метою. Щоб забезпечити роботу саме з останньою версією, будь ласка, використовуйте електронні копії на сайті FSC (fsc.org).

Forest Stewardship Council (FSC) є незалежною, неприбутковою, неурядовою організацією, що заснована для підтримування екологічно належного, соціально корисного та економічно життєздатного управління лісами світу.

Бачення FSC полягає у тому, що ліси світу мають задовольняти соціальні, екологічні та економічні права й потреби теперішнього покоління без шкоди для майбутніх поколінь.

Зміст

Вступ.....	4
Історія версій.....	Помилка! Закладку не визначено.
A Завдання.....	5
B Сфера застосування.....	5
C Дата набуття чинності й термін дії.....	5
D Посилання.....	5
Частина I. Загальні вимоги.....	6
1. Основні правила використання торгових знаків FSC.....	6
2. Обмеження щодо використання торгових знаків FSC.....	7
Частина II. Використання етикеток FSC «на продукції».....	8
3. Вибір етикетки FSC.....	8
4. Вимоги щодо маркування.....	9
Частина III. Просування FSC-сертифікованої продукції та сертифікації FSC.....	12
5. Рекламні елементи.....	12
6. Вимоги щодо використання з метою рекламування.....	13
7. Обмеження щодо використання з метою рекламування.....	14
Частина IV. Правила графічного оформлення для маркування та просування.....	15
8. Етикетки FSC «на продукції» та логотип FSC.....	15
9. Знаки «Forests For All Forever».....	17
10. Неналежне використання торгових знаків FSC.....	19
Додаток А. Система управління використанням торгових знаків.....	20
Додаток В. Додаткові правила щодо торгових знаків для утримувачів групових і багатолокаційних сертифікатів, а також сертифікатів проектів.....	22
Додаток С. Як описувати FSC і продукцію з FSC заявами.....	24
Додаток D. Терміни та визначення.....	26

Вступ

Цей документ містить вимоги та настанови щодо використання торгових знаків Forest Stewardship Council утримувачами сертифікатів FSC. Документ охоплює питання маркування та просування продукції з торговими знаками FSC, а також просування статусу організації як утримувача сертифіката FSC.

Маркування та просування продукції з торговими знаками FSC допомагає споживачам приймати обґрунтовані рішення щодо продукції та матеріалів, які вони купують. Тому необхідно, щоб торгові знаки FSC використовувались правильно, не вводили в оману споживачів чи громадськість щодо сертифікаційних заяв та не пов'язувалися з якісними аспектами, крім тих, які охоплюються сертифікацією FSC.

Торгові знаки FSC є головним інформаційним інструментом утримувачів сертифікатів FSC, який демонструє відповідність їхньої продукції стандартам, установленим FSC. Утримувачі сертифікатів є також ліцензіатами FSC і тому відіграють важливу роль у захисті спільного внеску, який вони як користувачі і FSC як власник торгового знака зробили для розвитку системи FSC. Ці вимоги стандарту покликані забезпечити правильне поширення інформації про значення FSC і посилити єдність підходу до подання цієї інформації, щоб краще визнавати заслуги ліцензіата FSC.

FSC надає додаткові інструменти, щоб допомогти утримувачам сертифікатів у маркуванні та просуванні продукції, а саме:

- короткий посібник із використання торгових знаків FSC, який міститься на вебсайті FSC і узагальнює основні вимоги, наведені в цьому документі;
- інтернет-портал щодо торгових знаків і маркетинговий інструментарій із настановами та готовими для використання прикладами того, як створити рекламні матеріали відповідно до бренду FSC;
- онлайн-навчальний курс щодо використання торгових знаків FSC.

Доступ утримувачів сертифікатів до онлайн-послуг надають органи сертифікації.

Історія версій

V1-0	Перша версія вимог, затверджена в січні 2010 р., об'єднала декілька документів та увібрала всі положення щодо використання торгових знаків, які були представлені раніше у низці стандартів і настанов. V1-0 також ввела у систему FSC нові етикетки, призначені для розміщення на продукції.
V1-1 та V1-2	Невеликі перегляди в лютому та листопаді 2010 р. уточнили використовувані мову й термінологію та удосконалили графічні вимоги на основі коментарів зацікавлених сторін, щоб полегшити використання нових етикеток.
V2-0	Було здійснено значний перегляд для створення чинної версії, яка містить Рішення 29, прийняте на Генеральній Асамблеї у 2014 р. Спрощено вимоги та запроваджено опцію системи управління використанням торгових знаків для утримувачів сертифікатів.
V2-1	Стратегія для продукції FSC Mix та контрольованої деревини , опублікована в квітні 2019 р., передбачала (i) зміну тексту етикетки FSC MIX із метою підвищення достовірності маркування і (ii) введення незмінних заяв про контрольовану деревину для покращення її розуміння. У листопаді 2019 р. було створено технічну робочу групу, після чого було проведено публічні консультації. Дізнайтеся більше про відповідний процес на вебсайті FSC . У червні 2020 р. Рада директорів FSC затвердила переглянутий текст етикетки MIX, а також нові заяви щодо контрольованої деревини. V2-1 містить дві зміни та виправлення помилок у кодах кольорів у пунктах 8.2 і 9.2.

A Завдання

Завданням цього стандарту є встановлення мінімальних вимог і надання рекомендацій щодо використання торгових знаків FSC у маркуванні та рекламі FSC-сертифікованої продукції, а також для просування сертифікації за схемою FSC утримувачами сертифікатів FSC.

B Сфера застосування

Дотримання вимог цього стандарту є обов'язковим для всіх утримувачів сертифікатів FSC, які мають право використовувати торгові знаки FSC, оскільки він визначає правила використання торгових знаків FSC. Стандарт визначає використання торгових знаків FSC на FSC-сертифікованій продукції, використання їх для просування FSC-сертифікованої продукції та для просування статусу організації як утримувача сертифіката FSC. Цей стандарт також є основою для оцінювання та затвердження FSC акредитованими органами сертифікації усіх випадків використання утримувачами сертифікатів торгових знаків FSC.

Складові елементи для подання FSC заяв для використання на бланках рахунків і в товаро-супровідній документації визначено у стандарті FSC-STD-40-004, і вимоги цього стандарту на них не поширюються.

C Дата набуття чинності й термін дії

Дата затвердження	31 травня 2021 р.
Дата публікації	1 жовтня 2021 р.
Дата набуття чинності	1 січня 2022 р.
Перехідний період	1 січня 2022 р. – 30 липня 2024 р.
Термін дії	до заміни або вилучення

Просимо звернути увагу, що наявні запаси маркованої продукції та рекламних матеріалів, які було затверджено як правильні згідно з попередніми версіями стандартів щодо торгових знаків FSC, допускається використовувати і розповсюджувати.

D Посилання

FSC-STD-30-010 Стандарт щодо контрольованої деревини для підприємств, які здійснюють ведення лісового господарства
FSC-STD-40-003 Сертифікація ланцюга постачання з багатьох локацій
FSC-STD-40-004 Сертифікація ланцюга постачання
FSC-STD-40-005 Вимоги до постачання FSC контрольованої деревини
FSC-STD-40-006 Стандарт FSC ланцюга постачання для сертифікації проєктів
FSC-STD-40-007 Стандарт FSC для використання перероблених матеріалів у групах продукції FSC і FSC-сертифікованих проєктах

Частина I. Загальні вимоги

1. Основні правила використання торгових знаків FSC

1.1. Forest Stewardship Council AC (FSC) належать такі зареєстровані торгові знаки:

(a) назва «Forest Stewardship Council»

(b) ініціали «FSC»

(c) логотип FSC

(d) «Forests For All Forever» – повний знак

(e) «Forests For All Forever» – логотип із текстовим знаком



1.2. Для використання цих торгових знаків FSC організація повинна мати чинну ліцензійну угоду щодо торгових знаків FSC, а також чинний сертифікат.

Примітка 1. Консультації з сертифікації

Організації, які подають заявку на сертифікацію системи ведення лісового господарства або проводять діяльність, пов'язану зі впровадженням вимог щодо контрольованої деревини, можуть посилатися на FSC за допомогою назви та абревіатури для проведення консультацій із зацікавленими сторонами.

1.3. Код ліцензії торгового знака FSC, який FSC надає організації, необхідно вказувати в усіх випадках використання торгових знаків FSC. Достатньо вказати код один раз для кожного конкретного продукту або рекламного матеріалу.

1.4. Логотип FSC і знаки «Forests For All Forever» мають містити символ торгового знака ® у верхньому правому куті у разі використання на продукції або матеріалах, які призначені для розповсюдження в країні, де зареєстровано відповідний торговий знак. Символ ® також необхідно додавати до знаків «FSC» і «Forest Stewardship Council» за першого або найпомітнішого використання в будь-якому тексті; достатньо одного використання в одному матеріалі (наприклад, на вебсайті або у брошурі). У випадку використання в країні, де торговий знак ще не зареєстровано, рекомендують використовувати символ ™. Документ *Trademark Registration List (Реєстраційний перелік торгових знаків)* доступний на порталі торгових знаків FSC і в маркетинговому інструментарії.

1.5. Організація повинна мати затверджену систему управління використанням торгових знаків або подавати всі заплановані види використання торгових знаків FSC на розгляд свого органу сертифікації для затвердження. Додаткову

інформацію про систему управління використанням торгових знаків наведено у Додатку А.

- 1.6. Продукція, яка призначена для маркування етикеткою FSC «на продукції» або для просування як FSC-сертифікована, має бути внесена до сфери застосування сертифіката організації та відповідати вимогам відповідності для маркування, як це передбачено відповідним стандартом FSC.
- 1.7. Утримувачі групових, багатолокаційних сертифікатів або сертифікатів проектів повинні посилатися на Додаток Б цього стандарту, де викладено додаткові вимоги щодо використання торгових знаків FSC.

2. Обмеження щодо використання торгових знаків FSC

- 2.1. Торгові знаки FSC не мають використовувати:
 - a) у спосіб, який може спричинити плутанину, неправильне тлумачення або втрату довіри до схеми сертифікації FSC;
 - b) у спосіб, який передбачає, що FSC схвалює, бере участь або несе відповідальність за діяльність, яку здійснює організація поза межами сфери застосування сертифікації;
 - c) для просування аспектів якості продукції, які не охоплюються сертифікацією FSC;
 - d) у назвах брендів продукції або назвах компаній (організацій), наприклад «FSC Golden Timber», або доменних іменах вебсайтів.
- 2.2. Назву «Forest Stewardship Council» не мають замінити перекладом. Переклад можна наводити у дужках після назви:

Forest Stewardship Council® (переклад)

Примітка 2. Відповідність вимогам

FSC залишає за собою право призупинити або відкликати дозвіл на використання торгових знаків FSC, якщо організація не виконує вимог щодо торгових знаків FSC, зазначених у цьому стандарті. Інтерпретація цих правил здійснюється на власний розсуд FSC.

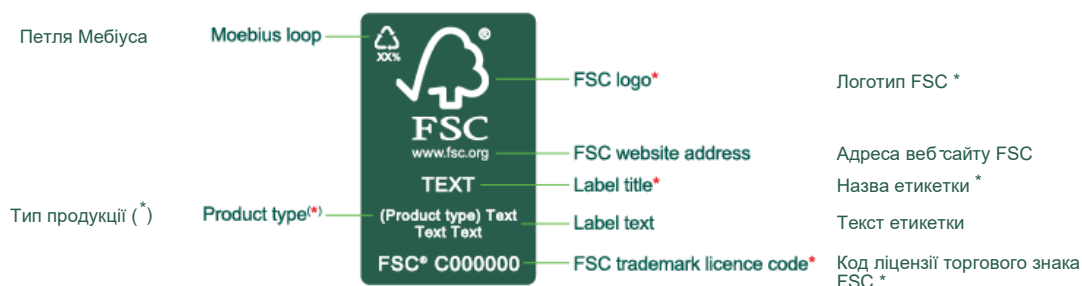
Частина II. Використання етикеток FSC «на продукції»

3. Вибір етикетки FSC

- 3.1. Для того щоб зробити заяву «на продукції», організація повинна вибрати правильну етикетку FSC на основі FSC заяви. Допускається вказувати на продукції текстове посилання на FSC сертифікацію лише як доповнення до етикетки «на продукції».
- 3.2. Етикетки, які відповідають категоріям заяв, мають бути такими:

FSC заяви	FSC 100%	FSC Mix	FSC Recycled
FSC заяви			
FSC заяви, специфічні для малих і комунальних виробників			FSC Recycled не застосовують

- 3.3. Елементи етикетки FSC «на продукції» мають бути такими:



* Обов'язковий елемент

(*) Обов'язковий елемент за певних обставин (див. пункти 3.6 і 3.7)

- 3.4. Необхідно використовувати винятково той макет етикетки FSC, який надано порталом торгових знаків, або макет, виданий і затверджений органом сертифікації або FSC. Доступ до порталу торгових знаків надає орган сертифікації організації.
- 3.5. Організації є відповідальними за дотримання національних вимог щодо маркування та вимог законодавства про захист прав споживачів у тих країнах, де просувають, розповсюджують і продають FSC-сертифіковану продукцію.

Примітка 3. Національні вимоги та законодавство в аудитах FSC

У межах сертифікаційних аудитів FSC не виконують перевірку дотримання таких національних вимог і законодавства.

Зазначення типу продукції

- 3.6. Необхідно зазначити тип продукції, за винятком випадків, коли всі матеріали продукції та її пакування/вміст є FSC-сертифікованими (див. пункт 4.1). Сертифікований матеріал допускається зазначити як вид продукції на етикетці або у додатковому тексті поруч із нею. Тип продукції має зазначитися завжди:
- а) на друкованих виданнях і канцелярському приладді, виготовленому з паперу;
 - б) на продукції, що містить нейтральні матеріали, які не можна відрізнити від FSC-сертифікованих інгредієнтів (наприклад, деревне волокно, яке використовують разом із несертифікованими нейтральними матеріалами, такими як бавовняне волокно у папері, позначають як «деревина», а не «папір»).
- 3.7. Конкретні найменування продукції не повинні використовуватися як типи продукції. Перелік типів продукції (наприклад, «папір», «деревина») наведено на порталі торгових знаків. Вони являють собою широкі категорії. Цей перелік не є вичерпним, і організації повинні звертатися до FSC через орган сертифікації стосовно будь-якого запиту на додавання нового типу продукції (наприклад, недеревинної лісової продукції).

Використання петлі Мебіуса

- 3.8. Використання петлі Мебіуса є обов'язковим для етикеток FSC Mix і FSC Recycled.
- 3.9. Петлю Мебіуса не мають використовувати без числового значення відсоткового показника. Числове значення має відображати суму доспоживального та післяспоживального переробленого матеріалу, який міститься у продукції і може бути підтверджений за допомогою контролю ланцюга постачання FSC.

4. Вимоги щодо маркування

- 4.1. Етикетку мають використовувати лише тоді, коли сертифіковано всі компоненти лісового походження продукту, як зазначено в стандарті FSC-STD-40-004. Пакування з матеріалів лісового походження вважають окремим елементом. Тому етикетка може належати до пакування, продукції, яка міститься всередині, або до обох, залежно від того, які елементи є сертифікованими.

- 4.2. Етикетку FSC слід розміщувати так, щоб вона була чітко видимою на продукції, її пакуванні або на обох.

Примітка 4. Видиме маркування забезпечує просування

Підприємства роздрібно́ї торгівлі можуть просувати продукцію як FSC-сертифіковану, лише якщо етикетка є видимою для споживачів.

- 4.3. Якщо продукцію марковано етикеткою FSC, знаки інших схем сертифікації лісів не повинні розміщуватися на цій самій продукції. У каталогах, книжках та інших публікаціях, які мають етикетку FSC, допускають використання знаків інших схем лісової сертифікації для просування іншої продукції або з освітньою метою.

Використання логотипа FSC або будь-якого посилання на FSC додатково до етикетки «на продукції»

- 4.4. Логотип FSC лише з кодом ліцензії може бути нанесено безпосередньо на продукцію (наприклад, шляхом клеймування) лише в тому разі, якщо етикетку «на продукції» розміщено на пакуванні, бірці тощо.
- 4.5. Додаткові логотипи FSC або посилання на FSC допускається використовувати лише у випадках, коли етикетка «на продукції» є видимою для споживача (наприклад, етикетка доступна без необхідності пошкодження заводського пакування). Зокрема, якщо етикетку «на продукції» розміщено всередині заводського пакування, на зовнішній стороні пакування не наносять додаткові логотипи, знаки або посилання на FSC.

Розділювальні знаки та маркування напівфабрикатів

- 4.6. Торгові знаки FSC допускається використовувати для ідентифікації FSC-сертифікованих матеріалів у ланцюгу постачання до виготовлення готової продукції. Не є необхідним подавати такі розділювальні знаки для затвердження. Усі розділювальні знаки треба видалити до того, як продукцію буде передано до кінцевої точки продажу або доставлено несертифікованим організаціям.
- 4.7. Якщо організація бажає маркувати напівфабрикати, етикетку FSC мають наносити лише на пакування так, щоб її можна було видалити до або під час подальшого оброблення.

Домовленості між організаціями щодо маркування

- 4.8. Якщо дві FSC-сертифіковані організації укладають угоду, згідно з якою постачальник маркує продукцію кодом ліцензії торгового знака FSC покупця, мають бути виконані такі умови:
- а) продукція, що підлягає маркуванню, має бути внесеною до сфери застосування сертифікатів обох організацій;
 - б) обидві сторони повинні письмово повідомити свої органи сертифікації про укладання такої угоди. Ця інформація має містити визначення органу

сертифікації або утримувача сертифіката із затвердженою системою управління використанням торгових знаків, який повинен буде нести відповідальність за затвердження етикеток «на продукції»;

- c) постачальник несе відповідальність за те, щоб код покупця було використано лише для відповідних товарів, які постачають цьому покупцеві;
- d) якщо постачальник залучає підрядників, він несе відповідальність за забезпечення того, щоб підрядники використовували код ліцензії лише на відповідній продукції, яку постачають цьому покупцеві;
- e) обидві організації повинні зберігати угоду так, щоб вона була легкодоступною для перевірки органами сертифікації.

Використання посилань на контрольовану деревину на продукції

- 4.9. Утримувачі сертифікатів можуть використовувати заяви про контрольовану деревину, наведені в Додатку С, щоб пояснити значення контрольованої деревини при описі матеріалів продукції з маркуванням MIX. На продукції ці заяви мають використовувати лише як додаток до етикетки FSC MIX і в доповненні опису етикетки MIX, як це зазначено у Додатку С.

Частина III. Просування FSC-сертифікованої продукції та сертифікації FSC

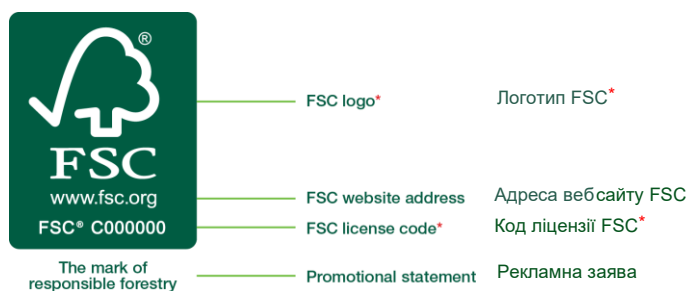
5. Рекламні елементи

- 5.1. Організації можуть просувати FSC-сертифіковану продукцію, а також свій статус утримувача сертифіката FSC за допомогою торгових знаків FSC (1.1).

Примітка 5. Інформування про FSC і FSC-сертифіковану продукцію

У Додатку С до цього документа наведено приклади опису FSC і FSC-сертифікованої продукції. Для отримання додаткових маркетингових матеріалів відвідайте вебсайт: marketingtoolkit.fsc.org.

- 5.2. У разі просування продукції з логотипом FSC мають бути такі елементи:



* Обов'язковий елемент

Подана схема «рекламної панелі» є доступною на порталі торгових знаків.

- 5.3. У разі просування продукції зі знаками «Forests For All Forever» мають бути такі елементи:



* Обов'язковий елемент

Наведена схема має суто ілюстративне призначення.

- 5.4. Елементи також можуть бути представлені окремо, наприклад, на різних частинах вебсторінки. Достатньо одного зазначення елемента (наприклад, коду ліцензії) на кожному матеріалі.

- 5.5. За посилання на сертифікацію FSC без використання логотипа FSC або знака «Forests For All Forever», код ліцензії має бути зазначено принаймні один раз на кожному матеріалі.
- 5.6. Організації несуть відповідальність за дотримання ними національного законодавства про захист прав споживачів у тих країнах, де здійснюється просування продукції та розповсюджуються рекламні матеріали.

Примітка 6. Національні закони про захист прав споживачів та аудит FSC

У межах сертифікаційних аудитів FSC не здійснюється перевірка дотримання таких вимог та законодавства.

6. Вимоги щодо використання з метою рекламування

Рекламні матеріали з переліком продукції

- 6.1. Достатньо розмістити рекламні елементи (див. пункти 5.2 і 5.3) один раз у каталогах, брошурах, на вебсайтах тощо. Якщо у них перелічено як FSC-сертифіковану, так і несертифіковану продукцію, відразу за рекламними елементами має бути наведений текст на зразок «Шукайте нашу FSC®-сертифіковану продукцію», а сама FSC-сертифікована продукція має бути чітко ідентифікованою. Якщо деякі або всі продукти доступні як FSC-сертифіковані за запитом, це має бути чітко вказано.
- 6.2. Якщо торгові знаки FSC застосовують для просування на бланках рахунків-фактур, транспортних накладних та інших аналогічних документів, які можуть бути використані як разом із FSC-сертифікованою, так і з несертифікованою продукцією, необхідно навести таке або подібне твердження: «FSC-сертифікованою є лише та продукція, яка позначена у цьому документі як така».

Рекламні вироби та виставки-ярмарки

- 6.3. Логотип FSC (див. пункт 1.1 (с)) із кодом ліцензії допускається використовувати на рекламних виробках, які не призначені для продажу, таких як келихи, ручки, футболки, кепки, банери та корпоративні транспортні засоби.
- 6.4. Якщо рекламні вироби виготовлено повністю або частково з деревини (наприклад, олівці або флеш-карти), вони мають відповідати застосовним вимогам щодо маркування, як зазначено в FSC-STD-40-004, але на них не обов'язково наносити етикетку для продукції.
- 6.5. Якщо торгові знаки FSC використовують для просування на виставках-ярмарках, організація повинна:
 - a) чітко зазначити, яка продукція є FSC-сертифікованою, або,
 - b) якщо немає виставленої FSC-сертифікованої продукції, додати чітко видиме застереження про відмову від відповідальності такого змісту «Запитуйте нашу FSC®-сертифіковану продукцію» або інший подібний текст.

У тексті, який використовують для опису FSC сертифікації організації, не обов'язково наводити застереження про відмову від відповідальності.

Інвестиційні заяви щодо FSC-сертифікованої діяльності

- 6.6. Організації повинні нести повну відповідальність за використання торгових знаків FSC інвестиційними компаніями та іншими особами, що подають фінансові заяви на основі їхньої FSC-сертифікованої діяльності.
- 6.7. Будь-яка така заява супроводжується застереженням: «FSC® не несе відповідальності й не затверджує жодних фінансових заяв щодо окупності інвестиції».

Просування контрольованої деревини

- 6.8. Для просування продажів або постачання контрольованого матеріалу чи FSC контрольованої деревини утримувачі сертифікатів можуть використовувати лише твердження, наведені в Додатку С.

7. Обмеження щодо використання з метою рекламування

- 7.1. Торгові знаки FSC не мають використовувати у спосіб, який передбачає еквівалентність іншим схемам лісової сертифікації (наприклад, сертифікація FSC/xxx).
- 7.2. У разі використання на тому самому рекламному матеріалі, що й знаки інших схем сертифікації, торгові знаки FSC не мають використовувати у спосіб, який ставить FSC у менш сприятливе становище щодо розміру або розміщення.
- 7.3. Логотип FSC або знаки «Forests For All Forever» не мають використовувати на візитних картках із метою рекламування. Допустимим є текстове посилання на FSC сертифікацію організації із зазначенням коду ліцензії, наприклад: «Ми сертифіковані FSC® (FSC® С#####)» або «Ми продаємо продукцію, сертифіковану FSC® (FSC® С#####)».
- 7.4. FSC-сертифіковану продукцію не мають рекламувати з логотипом лише органу сертифікації.
- 7.5. Логотип FSC або знаки «Forests For All Forever» не мають використовувати для просування контрольованого матеріалу або контрольованої деревини.

Частина IV. Правила графічного оформлення для маркування та просування

8. Етикетки FSC «на продукції» та логотип FSC

Колір

8.1. Етикетки FSC «на продукції» та логотип FSC мають використовувати у таких кольорових варіаціях:



8.2. Зелений колір для відтворення має бути таких параметрів: Pantone™ 626C (або найбільш схожий, наприклад R 40 G 92 B 77 / C 80 M 18 Y 56 K 54).

8.3. Якщо стандартні кольори недоступні для ділянки друку, допускається використовувати доступний колір, який забезпечує чіткий контраст на суцільному фоні. Етикетку виготовляють у версії позитиву або негативу, або ж у прозорій варіації.

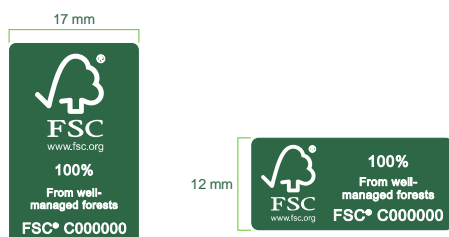
Розмір і формат етикеток «на продукції»

8.4. Допускається використовувати етикетки FSC у книжковій або альбомній орієнтації.

8.5. Етикетки FSC необхідно друкувати такого розміру, в якому **всі елементи є чіткими і розбірливими**. Мінімальний розмір для етикетки має бути:

- у книжковій орієнтації – завширшки 9 мм;
- в альбомній орієнтації – заввишки 6 мм.

Рекомендований мінімальний розмір етикетки з усіма елементами



Мінімальний розмір для всіх етикеток



- 8.6. Якщо додавання до етикетки виду продукції або перекладу потребує більшого простору, етикетку книжкової орієнтації можна збільшити лише у висоту, а альбомної – лише у ширину.
- 8.7. Рекомендують використовувати рамку навколо етикетки. Якщо рамка не використовують, елементи етикетки не мають змінюватися або розділятися.
- 8.8. Якщо технічно неможливо надрукувати етикетки з декількома рядками, наприклад, для продукції дуже малих розмірів з обмеженою поверхнею для друку (як-от ручки, пензлі для макіяжу), допустимим є використання однорядкового розташування елементів етикетки. Всі елементи мають бути чіткими й розбірливими, мінімальна висота логотипа FSC має становити 6 мм. Елементи можуть бути вирівняні за нижнім краєм або за центром.



Розмір логотипа

- 8.9. Рекомендований мінімальний розмір логотипа FSC становить 10 мм, висота логотипа – має не менше ніж 6 мм. Це також стосується випадків, коли логотип використовують як частину макета рекламної панелі (див. пункт 5.2).

Рекомендований мінімальний розмір



Мінімальний розмір логотипа



Розміщення етикетки «на продукції» та логотипа

- 8.10. Навколо етикетки та логотипа має бути достатньо вільного простору, щоб написи були чіткими. Мінімальний вільний простір розраховують залежно від висоти абрєвіатури «FSC» на логотипі.



9. Знаки «Forests For All Forever»

Колір і розмір

9.1. Торгові знаки «Forests For All Forever» мають використовувати тільки в таких кольорових варіаціях:

a) темно-зелений і світло-зелений



b) білий і світло-зелений



c) білий і темно-зелений



d) білий



e) чорний



f) темно-зелений



Зверніть увагу, що кольори стосуються тільки торгового знака, а не фонового кольору, який наведено тут лише для відображення знаків з білими елементами.

9.2. Зелені кольори для відтворення мають бути таких параметрів:

a) темно-зелений: Pantone™ 626C (або найбільш схожий, наприклад R 40 G 92 B 77 / C 80 M 18 Y 56 K 54);

b) світло-зелений: Pantone™ 368C (або найбільш схожий, наприклад R 120 G 190 B 32 / C 65 M 0 Y 100 K 0).

9.3. Жоден інший колір не мають використовувати; знаки не можна відтворювати, якщо потрібні кольори недоступні.

9.4. Мінімальний розмір повного знака «Forests For All Forever» має бути 10 мм заввишки, для логотипа з текстовим знаком – 6 мм.



Розміщення знаків

- 9.5. Навколо знаків має бути достатньо вільного простору. Мінімальний простір розраховують залежно від висоти абрєвіатури «FSC» на логотипі.



Переклади знаків і слогана

- 9.6. Офіційні мовні версії торгових знаків «Forests For All Forever», надані FSC, мають використовувати тільки в країнах, зазначених у «Списку реєстрації торгових знаків», який доступний на порталі торгових знаків та у маркетинговому онлайн-інструментарії. Організації не повинні створювати нові переклади.
- 9.7. Переклади слогана «Forests For All Forever», затверджені FSC, допускається використовувати в текстовому форматі для обміну повідомленнями або під знаком, із дотриманням вимог щодо вільного простору.



10. Неналежне використання торгових знаків FSC

10.1. Не допускаються такі дії:

- зміна пропорцій будь-яких шаблонів;
- зміна або додавання до змісту будь-яких шаблонів будь-чого, окрім зазначених елементів;
- внесення FSC до інших форм інформування, наприклад екологічних заяв, які не стосуються FSC сертифікації;
- створення нових кольорових варіацій;
- зміна форми рамки або фону;
- нахил або обертання шаблонів відносно іншого змісту;
- порушення вимог щодо вільного простору навколо шаблонів;
- поєднання будь-яких торгових знаків або шаблонів FSC із будь-якими іншими брендами у спосіб, що передбачає об'єднання [ототожнення];
- розміщення логотипа, етикетки або знаків на фоні, який їх перекриває;
- розміщення будь-яких торгових знаків у спосіб, що вводить в оману щодо того, чого вони стосуються;
- використання окремих елементів знака «Forest For All Forever».



1. Загальні положення

- 1.1. Замість того, щоб подавати всі заплановані види використання торгових знаків FSC до органу сертифікації для затвердження, організація може запровадити систему управління використанням торгових знаків із системою внутрішнього контролю. Систему, з усіма умовами, зазначеними в цьому додатку, має затвердити орган сертифікації, перш ніж організація почне її використовувати.
- 1.2. До початку використання системи внутрішнього контролю, організація повинна продемонструвати правильне розуміння відповідних вимог шляхом подання достатньої кількості послідовних правильних запитів на затвердження органу сертифікації для кожного виду використання за призначенням (наприклад, організації, які контролюють як маркування, так і просування, подають запити щодо кожного з них). Орган сертифікації повинен на власний розсуд визначити, чи засвідчила організація добру репутацію у процесі подання запитів.
- 1.3. Якщо організація демонструє послідовну нездатність контролювати використання нею торгових знаків FSC, орган сертифікації може вимагати, щоб будь-яке використання торгових знаків подавали на затвердження перед використанням.

2. Система управління використанням торгових знаків

- 2.1. Організація повинна впровадити та підтримувати систему управління використанням торгових знаків, адекватну розміру та складності організації, з метою забезпечення постійної відповідності усім застосовним вимогам цього стандарту (FSC-STD-50-001 V2-1), зокрема:
 - a) призначити представника керівництва, який несе повну відповідальність та має повноваження щодо дотримання відповідності організації всім застосовним вимогам щодо торгових знаків;
 - b) впроваджувати та підтримувати актуальні задокументовані процедури, які охоплюють контроль за торговими знаками в організації;
 - c) визначити персонал, відповідальний за виконання кожної процедури;
 - d) визначити сферу застосування системи, яка передбачає маркування «на продукції» або просування, або ж і те, і те;
 - e) проводити тренінги призначеного персоналу, використовуючи актуальні версії процедур організації для забезпечення їхньої компетентності у впровадженні системи управління використанням торгових знаків;
 - f) підтримувати повні та актуальні записи щодо затвердження торгових знаків, які мають потрібно зберігатися впродовж щонайменше п'яти (5) років.
- 2.2. Перед кожним новим випадком використання торгових знаків FSC організація повинна забезпечити контроль за використанням торгових знаків шляхом упровадження внутрішнього процесу затвердження торгових знаків або отримання зовнішнього дозволу від свого органу сертифікації.

- 2.3. У системах внутрішнього контролю організації мають бути призначені контролери за використанням торгових знаків, які затверджують внутрішнє використання торгових знаків. Контролери торгових знаків повинні пройти навчання у сфері використання торгових знаків FSC. Рекомендовано онлайн-тренінг щодо торгових знаків FSC для утримувачів сертифікатів (*FSC Trademark Training Course for Certificate Holders*).

Додаток В. Додаткові правила щодо торгових знаків для утримувачів групових і багатолокаційних сертифікатів, а також сертифікатів проєктів

1. Особливі вимоги до:

- а) утримувачів групових FSC сертифікатів системи ведення лісового господарства**
- б) утримувачів групових і багатолокаційних сертифікатів ланцюга постачання FSC**

- 1.1. Група (або менеджер групи, або центральний офіс) повинна гарантувати, що всі випадки використання торгових знаків FSC групою або її окремими членами затвердив орган сертифікації до початку використання, або що група та її члени мають запроваджену і затверджену систему управління використанням торгових знаків. Готуючи запит на затвердження органу сертифікації, члени групи повинні подавати всі схвалення через групу або центральний офіс, а також вести облік схвалень. Допускається схвалювати альтернативні способи подання запитів до органу сертифікації.
- 1.2. Група не повинна видавати своїм учасникам жодних документів, подібних до сертифіката FSC. Якщо видають окремі документи про членство у групі, ці документи мають містити такі твердження:
 - а) «Управління програмою сертифікації FSC® у [назва групи]»;
 - б) «Групову сертифікацію здійснив [назва сертифікаційного органу]».
- 1.3. Знаки або назви будь-яких інших схем сертифікації лісів не мають розміщувати на будь-яких членських документах (відповідно до пункту 1.2), виданих групою у зв'язку з сертифікацією FSC.
- 1.4. Субкоди членів групи не мають додавати до коду ліцензії.

2. Особливі вимоги до FSC сертифікації проєкту (для заявників або утримувачів сертифікатів)

- 2.1. Менеджер проєкту повинен нести відповідальність за подання до органу сертифікації перед використанням усіх випадків використання торгових знаків FSC, пов'язаних із проєктом.
- 2.2. Використання торгових знаків FSC із метою рекламування має стосуватися лише самого проєкту, а не будь-яких сторін, залучених до проєкту.
- 2.3. Використання торгових знаків FSC на зразках канцелярського приладдя заборонено для будь-яких сторін проєкту.
- 2.4. Після того, як проєкт зареєструє орган сертифікації як проєкт, заявлений на сертифікацію, до написів і друкованих матеріалів допускається додавати будь-яке з таких тверджень: «FSC-сертифікована деревина, призначена для [назва проєкту]» або «Лісова продукція з відповідальних джерел».

- 2.5. У матеріалах завжди потрібно зазначати рік, коли було видано сертифікат.
- 2.6. Після завершення проєкту та видавання сертифіката допускається використання відповідної етикетки FSC на табличці проєкту за бажанням. У інших випадках рекламну панель можна використовувати на знаках, банерах та інших матеріалах. При цьому завжди має бути зазначено вид продукції, незалежно від того, яку сертифікацію проєкту здійснено – повну (наприклад, будинок, арена) або часткову (наприклад, підлога, столярні вироби).
- 2.7. У випадку повної сертифікації проєкту після видавання сертифіката проєкт допускається описувати в рекламних акціях як FSC-сертифікований проєкт, наприклад: «FSC-сертифікований будинок».
- 2.8. У разі часткової сертифікації проєкту після видавання сертифіката FSC-сертифіковані елементи мають зазначати за кожного використання торгових знаків FSC, наприклад: «Внутрішні столярні вироби в цих офісах сертифіковано FSC».
- 2.9. Якщо власник остаточного проєкту не був внесений до сертифікації, керівник проєкту повинен надати офіційний підписаний і датований документ із зазначенням коду ліцензії, року видавання та сфери застосування сертифіката, завірений органом сертифікації, для того, щоб власник подав до FSC заявку на використання торгових знаків FSC у майбутніх рекламних акціях.

Додаток С. Як описувати FSC і продукцію з FSC заявами

Нижче наведено кілька прикладів того, як описувати FSC і FSC-сертифіковану продукцію. Цей перелік не є вичерпним; інші альтернативи є можливими, якщо вони правильно передають значення FSC. Також див. сайт marketingtoolkit.fsc.org, де подано ідеї щодо способів інформування та створення маркетингових матеріалів.

Як описувати FSC:

- Forest Stewardship Council® (FSC®) є міжнародною неприбутковою організацією, яка займається просуванням відповідального ведення лісового господарства у всьому світі. FSC визначає стандарти, основані на узгоджених принципах відповідального ведення лісового господарства, які підтримують зацікавлені сторони, що представляють екологічні, соціальні та економічні інтереси. Щоб дізнатися більше, відвідайте вебсайт www.fsc.org.
- Forest Stewardship Council® є міжнародною неурядовою організацією, яка сприяє просуванню екологічно прийняттого, соціально вигідного та економічно життєздатного управління світовими лісами. Щоб дізнатися більше, відвідайте вебсайт www.fsc.org.
- Метою FSC® є просування відповідального управління лісами в усьому світі.
- FSC® допомагає піклуватися про ліси для майбутніх поколінь.
- FSC® допомагає піклуватися про ліси, людей та дику природу, для яких ліс є домом.

Як описувати продукцію з етикеткою/заявою FSC:

- Вибираючи цей продукт, ви допомагаєте піклуватися про ліси світу. Дізнайтеся більше на вебсайті: www.fsc.org.
- Вибираючи цей продукт, ви підтримуєте відповідальне управління лісами світу.
- Етикетка FSC® означає, що матеріали, які використано для цього продукту, походять із [див. текст, що відповідає конкретній етикетці].

Етикетка «100 %»

- Для цього продукту використано тільки [матеріал/волокна] з FSC®-сертифікованих лісів.
- Цей продукт виготовлено з [матеріалу], сертифікованого FSC®.
- [Матеріал] цього продукту походить із добре керованих лісів, сертифікованих за схемою FSC®.
- Ця етикетка FSC® означає, що деревину було заготовлено з користю для місцевих жителів, дикої природи та довкілля.

Етикетка «MIX»

- Цей продукт виготовлено з FSC®-сертифікованого та іншого контрольованого матеріалу.

- Цей продукт виготовлено з матеріалу з добре керованих, FSC®-сертифікованих лісів та інших контрольованих джерел.
- Цей продукт виготовлено з матеріалу з добре керованих, FSC®-сертифікованих лісів, вторинно переробленого матеріалу та інших контрольованих джерел.
- Цей продукт виготовлено з матеріалу з добре керованих, FSC®-сертифікованих лісів та вторинно переробленого матеріалу.
- Цей продукт виготовлено з вторинно переробленого матеріалу та інших матеріалів із контрольованих джерел.

Не можна зазначати, що продукція з етикеткою «MIX» виготовляється з матеріалів із відповідально або добре керованих лісів без згадки про інші використовувані джерела.

Етикетка «Recycled»

- Матеріал лісового походження у цьому продукті є вторинно переробленим.
- Етикетка FSC® на цьому [продукті] гарантує відповідальне використання лісових ресурсів світу.

Не зазначаєте, що продукція з етикеткою «Recycled» виготовлена з матеріалів із відповідальних або добре керованих лісів.

Етикетка «Smallholder»

- Етикетка FSC® означає, що [матеріал] для цього продукту заготовлений із користю для малих лісокористувачів та місцевих громад.
- Ця етикетка FSC® означає, що [матеріал] заготовлений з користю для малих лісокористувачів, місцевих громад, дикої природи та довкілля.

Як описувати контрольовану деревину

Нижче наведено незмінні твердження про контрольовану деревину, які можуть використовувати утримувачі сертифікатів. Допускаються незначні корективи щодо синтаксису, якщо вони не змінюють значення тверджень.

- FSC® контрольована деревина знижує ризик отримання лісової продукції з неприйнятних джерел (fsc.org/en/cw).
- FSC®-контрольована деревина знижує ризик отримання лісової продукції з неприйнятних джерел. Вимоги до FSC контрольованої деревини забороняють та спрямовані на унеможливлення: незаконно заготовленої деревини; деревини, заготовленої з порушенням традиційних прав і прав людини; деревини з лісів, де є загроза особливим цінностям для збереження; деревини з лісів із генетично модифікованими деревами; деревини з лісів, перетворених на плантації або нелісові землі. Для отримання додаткової інформації про FSC контрольовану деревину див. fsc.org/en/cw.

Додаток D. Терміни та визначення

У цьому стандарті застосовано терміни та визначення, наведені в FSC-STD-01-002 *FSC словник термінів* і подані нижче.

Сертифікат (Certificate) – документ, виданий відповідно до правил системи сертифікації, який свідчить про забезпечення достатньої впевненості у тому, що продукт, процес або послуга відповідають певному стандарту або іншому нормативному документу (Настанова ISO/IEC 2: 1991 пункт 14.8 та ISO/CASCO 193, пункт 4.5).

Орган сертифікації (Certification body) – орган, який надає послуги з оцінки відповідності та може бути об'єктом акредитації (адаптовано з ISO/IEC 17011:2004 (E)).

Контрольований матеріал (Controlled material) – вхідний матеріал, який постачають без FSC заяви, перевірених на відповідність вимогам стандарту FSC-STD-40-005 Вимоги до постачання FSC контрольованої деревини.

FSC-сертифікована продукція (FSC-certified product) – продукція, яка відповідає всім застосовним сертифікаційним вимогам і може продаватися з FSC заявами та просуватися з торговими знаками FSC. FSC контрольовану деревину не вважають FSC-сертифікованою продукцією.

FSC контрольована деревина (FSC controlled wood) – матеріал або продукт із заявою «FSC controlled wood».

Ліцензійна угода про надання права використання торгових знаків FSC (FSC trademark licence agreement) – юридичний документ, підписаний відповідною організацією, який дає право використовувати торгові знаки FSC («ліцензований матеріал»).

Код ліцензії торгового знака FSC (FSC trademark licence code) – ідентифікаційний код, виданий організаціям, які підписали ліцензійну угоду про надання права використання торгових знаків FSC. Для утримувачів сертифікатів код має вигляд FSC® C#####. Його використовують для ідентифікації організації в базі даних утримувачів ліцензії FSC і мають зазначати за будь-якого використання торгових знаків FSC.

Торгові знаки FSC (FSC trademarks) – FSC володіє кількома зареєстрованими торговими знаками: (а) логотип FSC; (б) аббревіатура «FSC»; (в) назва «Forest Stewardship Council»; (г) повний знак «Forests For All Forever»; (д) логотип із текстовим знаком «Forests For All Forever».

Група (Group entity) – об'єднання, до якого затосовується групова сертифікація і яке є утримувачем будь-якого дійсного групового сертифіката. Група може бути представлена фізичною особою, кооперативною спільнотою, асоціацією чи іншою подібною юридичною особою.

Петля Мебіуса (Möbius loop) – знак, що складається з трьох стрілок, які утворюють петлю. Відсоткове значення вказує на частину доспоживального і післяспоживального переробленого матеріалу, що використовують у продукті.

Недеревинна лісова продукція (Non-timber forest products) – уся продукція лісового походження, окрім деревини, зокрема інші матеріали, отримані з дерев, як-от смола та листя, а також будь-яка інша продукція рослинного та тваринного походження: бамбук, насінням, плоди, горіхи, мед, пальмові дерева, каучук, корок, декоративні рослини тощо.

Етикетка «на продукції» (On-product label) – компонування необхідної інформації для здійснення публічної FSC заяви щодо матеріалів, які використовують у продукті, що додають до продукту або його пакування.

Організація (Organization) – зареєстрована юридична особа, яка підписала ліцензійну угоду FSC і має чинний сертифікат FSC ланцюга постачання або спільний сертифікат FSC відповідального ведення лісового господарства та ланцюга постачання, зокрема групи, учасники багатолокаційних утворень, менеджери групи лісоуправління, схем сертифікації ланцюга постачання, а також користувачі сертифікації проектів.

Післяспоживальний перероблений матеріал (Post-consumer reclaimed material) – матеріал, який перероблено після отримання від споживача або з комерційного продукту, використаного за прямим призначенням фізичною особою, домогосподарством, комерційним, промисловим чи інституційним об'єктом як кінцевим споживачем продукту.

Доспоживальний перероблений матеріал (Pre-consumer reclaimed material) – матеріал, який перероблено після отримання у процесі поглибленого перероблення або подальших виробничих стадій, під час яких цей матеріал не було вироблено спеціально. Він є непридатним для кінцевого споживання і його не можна повторно використати на місці в тому самому виробничому процесі, яким його створено.

Вид продукції (Product type) – для потреб цих вимог, перелік описів сертифікованого матеріалу або вмісту, який будуть використовувати на етикетці «на продукції», наприклад «деревина» або «корок». Список доступний на порталі торгових знаків.

Малий і комунальний виробник (Small and community producer) – одиниця ведення лісового господарства (ОВЛГ) або група ОВЛГ, які відповідають критеріям МЛНІГД (SLIMF, див. FSC-STD-01-003a) та додаткам до них. ОВЛГ повинна відповідати критеріям володіння та управління, сформульованим у стандарті FSC-STD-40-004.

Портал торгових знаків (Trademark portal) – онлайн-служба надання етикеток і логотипа FSC організаціям, які мають право використовувати торгові знаки FSC.

Система управління використанням торгових знаків (Trademark use management system) – сукупність процедур, описана в додатку А до цього стандарту, які застосовує утримувач сертифіката для забезпечення правильного використання торгових знаків FSC.

Вербальні форми вираження положень

[Адаптовано з Директив *ISO/IEC, частина 2: Правила структурування та складання міжнародних стандартів* (2011 р.)]

- «Має, необхідно або повинно» (*shall*): вказує на необхідність суворого дотримання вимог для того, щоб відповідати стандарту.
- «Слід» (*should*): означає, що з декількох можливостей рекомендують одну, яка є особливо доречною, без згадування або вилучення інших, або що певний напрям дій є кращим, але не обов'язково потрібним.
- «Допускається» (*may*): вказує на напрям дій, допустимий у рамках документа.
- «Може» (*can*): вживають для визначення можливості і здатності, матеріальної, фізичної чи причинової.



Forest Stewardship Council®

www.fsc.org

FSC International Center GmbH
Adenauerallee 134 · 53113 Bonn · Germany



All Rights Reserved FSC® International 2021
FSC® F000100