



Forest Stewardship Council®




**Требования к использованию
товарных знаков FSC
рекламных целях
несертифицированными
пользователями
FSC-STD-50-002 V2-0
ВЕРСИЯ 1-0**

Версия настоящего документа на английском языке является приоритетной.

Рабочий перевод на русский язык



Название:	Требования к использованию товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями	
Код документа:	FSC-STD-50-002 V2-0 EN	
Утверждение:	ВЕРСИЯ 1–0	
Контакты:	FSC Global Development Charles de Gaulle Strasse 5 53113 Bonn, Германия	
		+49 (0)228 367 660
		+49 (0)228 367 6630
		trademark@fsc.org
<p>© 2018 Forest Stewardship Council AC. Все права сохранены. FSC® F000100</p> <p>Никакая часть данного документа, охраняемого законом об авторском праве издателя, не может быть воспроизведена или скопирована в любой форме или любыми средствами (графическими, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись, запись на магнитных носителях или при помощи информационно-поисковых систем) без письменного разрешения издателя.</p> <p>Распечатанные копии не подлежат контролю и предоставляются только для информации. Чтобы быть уверенными в том, что вы обращаетесь к последней версии документа, см. электронную копию на сайте FSC (ic.fsc.org).</p>		

The Forest Stewardship Council (FSC) (Лесной попечительский совет) – это независимая, некоммерческая, негосударственная организация, основанная для поддержки экологически приемлемого, социально выгодного и экономически жизнеспособного управления мировыми лесами. Видение FSC заключается в соблюдении социальных, экологических и экономических прав и потребностей настоящего поколения без ущемления указанных прав будущих поколений при управлении лесами во всем мире.

Содержание

Вступление	4
История версий документа.....	Ошибка! Закладка не определена.
A Цель	5
B Область применения.....	5
C Дата вступления стандарта в силу	5
D Ссылки	5
Часть I: Подача заявки на получение лицензии на использование товарного знака FSC.....	6
1 Организации, имеющие право использовать товарные знаки FSC	6
2 Определение поставщика услуг по товарному знаку	7
Часть II: Продвижение FSC-сертифицированной продукции и системы FSC.....	10
3 Базовые правила использования товарных знаков FSC	10
4 Рекламные элементы	12
5 Использование товарных знаков FSC в рекламных целях в тексте	13
6 Ограничения на использование товарных знаков FSC в рекламных целях	14
Часть III: Требования для групп пользователей	15
7 Продвижение FSC-сертифицированной продукции	15
8 Консультанты и обучающие компании	17
9 Инвестиционные организации	17
Часть IV: Правила графического оформления для продвижения	18
10 Логотип FSC	18
11 Знаки "Леса для всех навсегда"	20
12 Ненадлежащее использование товарных знаков FSC	22
Приложение А. Система управления использованием товарных знаков	22
Приложение В. Как описывать FSC и продукцию с заявлениями FSC	25
Приложение С. Использование товарных знаков органами по сертификации и их аффилированными представительствами.....	27
Приложение D. Освобождение от требования закупок непосредственно у сертифицированного FSC поставщика	28
Приложение Е. Термины и определения	29

Вступление

Настоящий документ содержит требования и руководства к использованию товарных знаков Лесного попечительского совета для организаций, от которых не требуется прохождение сертификации цепочки поставок. В документе рассматривается как продвижение FSC-сертифицированной продукции, так и продвижение FSC.

Продвижение FSC-сертифицированной продукции при помощи товарных знаков FSC помогает потребителям принимать информированные решения о продукции и материалах, которые они приобретают. Поэтому необходимо, чтобы товарные знаки FSC использовались правильно, не вводили потребителей или общественность в заблуждение относительно сертификационных заявлений и не ассоциировались с аспектами качества, на которые не распространяется сертификация FSC.

Данные требования стандарта призваны обеспечить правильное распространение информации о значении FSC и усилить единство подхода к представлению данной информации, чтобы лучше признавать заслуги держателя лицензии FSC.

FSC предоставляет дополнительные инструменты, помогающие продвигать FSC и FSC-маркированную продукцию, такие как:

- краткое руководство по использованию товарных знаков FSC, доступное у поставщика услуг по товарному знаку, излагающее основные требования, представленные в настоящем документе;
- интернет-портал о товарных знаках и маркетинговый инструментарий с руководством и готовыми к использованию примерами того, как подготовить рекламные материалы в соответствии с брэндом FSC.

Средствам массовой информации, образовательным и научно-исследовательским учреждениям и другим организациям, не знающим, к какой категории относится их предполагаемое использование товарных знаков, следует обратиться к поставщику услуг по товарному знаку или в FSC International.

Производить, упаковывать или маркировать продукцию этикеткой FSC для продукции имеют право только организации, обладающие действительным сертификатом цепочки поставок. (Более подробная информация об использовании товарных знаков FSC сертифицированными FSC организациями содержится в документе FSC-STD-50-001 *Требования к использованию товарных знаков FSC держателями сертификатов*).

История версий документа

V1-0	Первая версия требований, утвержденная в июне 2012 г.
V2-0	Будет указана позднее

A Цель

Целью настоящего стандарта является установление минимальных требований и предоставление рекомендаций по использованию товарных знаков FSC в продвижении продукции, сертифицированной FSC, а также продвижении FSC.

B Область применения

Настоящий стандарт обязателен для всех несертифицированных пользователей FSC, имеющих право использовать товарные знаки FSC, и определяет правила использования товарных знаков FSC. В стандарте определяется использование товарных знаков FSC в целях продвижения FSC-сертифицированной продукции и их использование для продвижения FSC. Настоящий стандарт также представляет собой основу для оценки и утверждения FSC поставщиков услуг по товарному знаку для всех применений товарных знаков FSC несертифицированными пользователями.

C Дата вступления стандарта в силу

Дата утверждения	будет указана позднее
Дата публикации	будет указана позднее
Дата вступления в силу	будет указана позднее
Переходный период	будет указана позднее
Срок действия	будет указана позднее

Просим принять во внимание, что имеющиеся рекламные материалы, утвержденные как правильные согласно предыдущим версиям стандартов по товарным знакам FSC, допускаются к использованию и распространению.

D Ссылки

FSC-STD-01-002 «Словарь терминов FSC»
FSC-STD-40-004 «Сертификация цепочки поставок»
FSC-STD-40-005 «Требования к закупкам FSC-контролируемой древесины»
FSC-POL-01-004 «Политика в отношении ассоциирования организаций с FSC»
FSC-STD-50-001 «Требования к использованию товарных знаков FSC держателями сертификатов»

Часть I: Подача заявки на получение лицензии на использование товарного знака FSC

1 Организации, имеющие право использовать товарные знаки FSC

1.1 Настоящий стандарт предусматривает следующие применения товарных знаков FSC несертифицированными пользователями, далее именуемыми «организации»:

- (a) Использование организациями в рекламных целях, для которых, согласно стандарту FSC-STD-40-004, сертификация FSC не требуется (например, для продвижения продукции FSC, продвижения FSC как системы);
- (b) Использование консультантами, обучающими компаниями и инвестиционными организациями;
- (c) Продвижение услуг по сертификации органами по сертификации и их аффилированными представительствами (Приложение С).

Вопрос в рамках консультаций – об организациях, занимающихся производством из продукции леса

Организации, занимающиеся производством из продукции леса, но продающие готовую и FSC-маркированную продукцию, в настоящее время не имеют право на получение лицензии на использование товарных знаков. Пересмотр стандарта предоставляет возможность повторного рассмотрения и возможного изменения данных квалификационных требований. FSC запрашивает комментарии по вопросу о том, имеют ли право организации, осуществляющие производство, но не планирующие обрабатывать, маркировать или продавать данную продукцию с заявлением FSC в счетах, рекламировать готовую и маркированную FSC-продукцию, которая направляется ими в розничную продажу. Подобный, более гибкий, подход позволил бы расширить использование товарных знаков FSC в целях продвижения подпадающей под это требование продукции.

Однако предоставление организациям, осуществляющим производственную деятельность, разрешения на получение лицензии на использование товарных знаков в рамках розничной продажи без FSC-сертификации цепочки поставок потенциально может создать неверное представление о характере их производственной деятельности; например, создать видимость того, что они сертифицированы или осуществляют закупку из устойчивых источников.

FSC предлагает всем заинтересованным лицам предоставить комментарии по вариантам и предложениям по формулировкам вместе с консультацией по стандарту FSC-STD-50-002 V2-0.

Пример 1:

Компания производит и продает обои. Она также продает деревянные инструменты, произведенные и маркированные держателем сертификата FSC. Компания планирует рекламировать только инструменты как FSC-сертифицированную продукцию.

Пример 2:

Компания производит и продает мебель. Она также продает мебель, произведенную и маркированную компаниями, сертифицированными FSC. Компания планирует рекламировать только сертифицированную мебель.

Вопрос

Заинтересованным лицам предлагается предоставить комментарии по одной из следующих возможностей (выберите один вариант):

- a) FSC должен разрешить организациям, ведущим производственную деятельность, получать лицензию на использование товарных знаков FSC в целях продвижения FSC-сертифицированной и маркированной продукции, которую она продает в рамках своей деятельности по розничной продаже, без сертификации цепочки поставок FSC и дополнительных мер предосторожности.
- b) FSC должен разрешить организациям, ведущим производственную деятельность, получать лицензию на использование товарных знаков, но только с принятием соответствующих мер предосторожности.
- c) FSC НЕ должен разрешить организациям, ведущим производственную деятельность, получать лицензию на использование товарных знаков FSC в целях продвижения FSC-сертифицированной и маркированной продукции, которую она продает в рамках своей деятельности по розничной продаже, без сертификации цепочки поставок FSC.

Вопрос

Если FSC должен разрешить несертифицированным пользователям с несертифицированной производственной деятельностью быть вправе рекламировать готовую FSC-маркированную продукцию, какие меры предосторожности следует принять? (выберите все применимые варианты):

- a) Разрешать рекламирование только тех групп продукции, которые компания не производит самостоятельно (пример 1, но не пример 2). Сформулируйте определение и ограничение объема продукции, которую может рекламировать несертифицированный пользователь.
- b) Потребовать, чтобы компания включала в рекламу оговорку об ограничении ответственности; например, *«Мы не являемся держателями сертификата цепочки поставок FSC, поэтому мы не можем включать заявления FSC в нашу документацию по продажам и поставкам»*.
- c) Потребовать, чтобы компания-производитель подписывала дополнительную *Политику в отношении ассоциирования*, подтверждая свое обязательство ответственной практики в рамках всей деятельности, такую же, которую подписывают сертифицированные компании.
- d) Другое (уточните, пожалуйста).
- e) Не требуются никакие меры предосторожности; FSC должен лицензировать все компании, продающие готовую продукцию, маркированную FSC.

2 Определение поставщика услуг по товарному знаку

- 2.1 Организации, желающие получить разрешение на использование товарных знаков FSC, должны подать заявку национальному или региональному поставщику услуг по товарному знаку, а в случае отсутствия поставщика услуг по товарному знаку – в FSC International.
- 2.2 Организации, желающие использовать товарные знаки FSC в коммерческих целях, должны подписать Лицензионное соглашение об использовании товарного знака с поставщиком услуг по товарным знакам или с FSC International, в зависимости от ситуации.
- 2.3 Международные организации или группы компаний, имеющие общего владельца, могут выбрать один из приведенных ниже вариантов:
- (a) Подписать одно лицензионное соглашение об использовании товарных знаков от всей группы с поставщиком услуг по товарным знакам в стране, в которой находится материнская компания, или с лицом, выступающим от имени FSC International;
 - (b) Подписать отдельное лицензионное соглашение об использовании товарных знаков с поставщиком услуг по товарным знакам в каждой из стран, в которых они осуществляют свою деятельность.
- 2.4 Холдинговая или материнская компания (которая не обязана проходить сертификацию FSC), владеющая несколькими сертифицированными компаниями, или сертифицированные филиалы которой не имеют общего кода лицензии, должна получать разрешение от своего органа по сертификации или подписать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков в рекламных целях с поставщиком услуг по товарным знакам (например, для разработки рекламных материалов для всей группы) при следующих условиях:
- (a) Если филиалы используют рекламные материалы, изготовленные холдинговой или материнской компанией, они должны хранить копию утверждения товарного знака, предоставленную материнской компанией, для представления органам по сертификации по требованию последних.
 - (b) Если у компании есть и сертифицированные и несертифицированные виды деятельности, товарные знаки не должны использоваться таким образом, чтобы казалось, что они применяются к несертифицированным видам деятельности или к компании в целом.
- 2.5 После подписания лицензионного соглашения об использовании товарных знаков организация должна получить индивидуальный код лицензии, который должен указываться во всех случаях использования товарных знаков FSC. Организация не должна использовать в рекламных целях коды своих поставщиков.

Вопрос в рамках консультаций – использование на продукции лицензионного кода FSC, принадлежащего розничному продавцу или владельцу бренда

Действующие стандарты FSC разрешают держателям сертификатов заключать соглашения по маркировке только с их сертифицированными поставщиками. FSC часто получает запросы, касающиеся возможности расширения соглашения по маркировке на использование на продукции лицензионного кода FSC,

принадлежащего розничному продавцу или владельцу бренда, при условии наличия у него лицензии на продвижение FSC-сертифицированной продукции.

Данные запросы чаще всего касаются упрощения дизайна и процесса получения одобрения для розничного продавца или владельца бренда с несколькими поставщиками, использующими собственный лицензионный код. Другие запросы касаются соображений бизнеса, когда компания предпочитает не раскрывать своих конкретных поставщиков. В этом случае код держателя лицензии на использование товарного знака может быть доступен на info.fsc.org, а продукция в рамках соглашений о маркировке перед ее рекламированием должна проверяться поставщиком услуг по товарным знакам.

Вопрос

Заинтересованным лицам предлагается предоставить свое видение (выберите все применимые варианты):

- (a) Этикетка на продукции всегда должна содержать только лицензионный код держателя сертификата, т.е. соглашения по маркировке возможны только с держателями сертификатов.
- (b) Этикетка на продукции может содержать лицензионный код держателя лицензии на использование товарных знаков (владелец брендов, розничные продавцы или другие организации, не обязанные проходить сертификацию), а не держателя сертификата, при наличии соответствующего соглашения по маркировке.
- (c) Этикетка на продукции может содержать код несертифицированной организации вместо кода держателя сертификата, только если приняты дополнительные меры предосторожности (см. следующий вопрос).
- (d) Не знаю.

Вопрос

Если требуются дополнительные меры предосторожности, какие, по Вашему мнению, являются наиболее важными? Заинтересованным лицам предлагается предоставить свое видение (выберите все применимые варианты):

- (a) отслеживание в режиме онлайн продукции и использованных лицензионных кодов, от поставщика до несертифицированной организации, чей код был использован;
- (b) база данных по продукции, используемая для проверки статуса сертификации продукции; например, владелец сертификата загружает описание продукта, а поставщик услуг по товарным знакам держателя лицензии на использование товарного знака проверяет продукцию по базе данных;
- (c) продукт маркируется брендом для держателя лицензии на использование товарного знака;
- (d) Не знаю;
- (e) Другое (уточните, пожалуйста).

Часть II: Продвижение FSC-сертифицированной продукции и системы FSC

3 Базовые правила использования товарных знаков FSC

3.1 The Forest Stewardship Council AC (FSC) (Лесной попечительский совет) владеет следующими зарегистрированными товарными знаками:

(a) названием «Forest Stewardship Council»

(b) аббревиатурой «FSC»

(c) логотипом FSC

(d) «Леса для всех
навсегда» – полный
знак

(e) «Леса для всех
навсегда» – логотип
с текстовым знаком



3.2 Рекламируемая сертифицированная FSC продукция должна иметь этикетку FSC «на продукции». Исключения из этого правила должны определяться FSC International в каждом конкретном случае.

Примечание для заинтересованных лиц – заявки на закупку

FSC готовит концептуальный документ о процедуре заявок на закупку, консультации по которому будут проведены отдельно.

Вопрос в рамках консультаций – продвижение немаркированной продукции

Организации, желающие продвигать готовую немаркированную FSC-продукцию, не имеют право получать лицензию на использование товарных знаков. Согласно актуальным требованиям, на рекламируемой сертифицируемой FSC продукции должна быть этикетка FSC «на продукции». В настоящее время организации, закупающие или приобретающие большие объемы готовой, но не маркированной FSC продукции, не могут продвигать свою деятельность.

В некоторых случаях непрактично или невозможно маркировать продукт (например, напольная доска, материалы для изготовления «своими руками») или этикетка FSC более не заметна на продукте, используемом вне домашнего применения (кафе, бары, рестораны, магазины товаров повседневного спроса, гостиницы и т.д.). Эти организации не могут продвигать продукцию, используемую в рамках своей бизнес-деятельности.

Вопрос

По Вашему мнению, в котором из нижеследующих сценариев на рекламируемой продукции должна размещаться этикетка FSC «на продукции»? (выберите все применимые варианты):

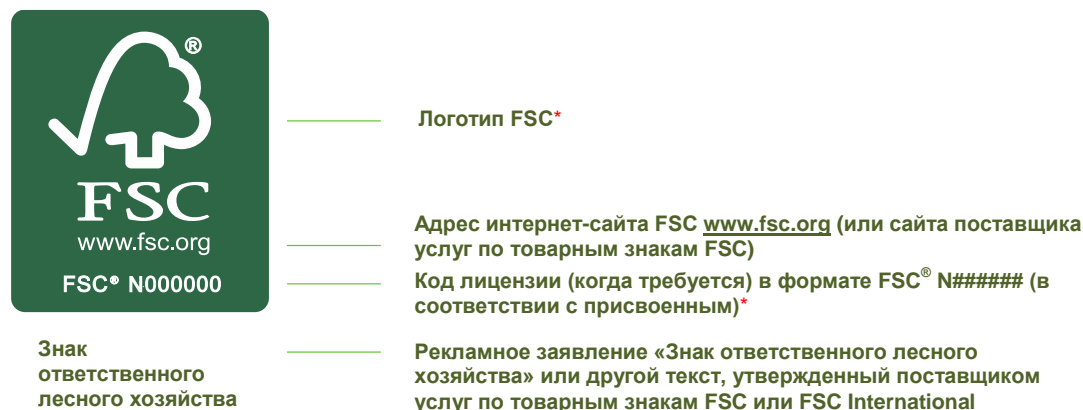
- a) Продукция не предназначена для дальнейшей продажи, но используется как часть бизнес-деятельности (например, бумажные стаканы, используемые для подачи кофе; коробки для обуви, в которых продается обувь);
- b) Готовая продукция, предназначенная для продажи и прямого взаимодействия с потребителями (например, стаканы, продаваемые в магазинах розничной торговли);
- c) Продукция, предназначенная для дальнейшей обработки конечными потребителями (например, напольная доска, материалы для изготовления «своими руками»);
- d) Продукция, продаваемая заказчиком с установкой в соответствии с их условиями (например, кухонные столешницы, сделанные на заказ).

3.3 Код лицензии на использование товарных знаков FSC, предоставленный FSC организации, должен указываться во всех случаях использования товарных знаков FSC. Достаточно указать код один раз на каждом предмете рекламируемого материала.

3.4 Логотип FSC и знаки «Леса для всех навсегда» должны включать символ товарного знака ® в правом верхнем углу при использовании на продукции или материалах, планируемых к распространению в стране, в которой зарегистрирован соответствующий товарный знак. Символ ® также должен быть добавлен к знакам «FSC» и «Forest Stewardship Council» в первом или наиболее заметном использовании в любом тексте; достаточно использовать один раз на материале (например, на сайте или в брошюре). В случае использования в стране, в которой товарный знак еще не зарегистрирован, рекомендуется использовать символ TM. Документ «*Регистрационный перечень товарных знаков*» доступен на портале товарных знаков FSC и в маркетинговом инструментарии.

4 Рекламные элементы

4.1 При продвижении с логотипом FSC должны присутствовать следующие элементы:



* Обязательный элемент

Представленная схема «рекламной панели» доступна на портале товарных знаков.

4.2 При продвижении со знаками «Леса для всех навсегда» должны присутствовать следующие элементы:



* Обязательный элемент

Представленная схема предназначена только для иллюстрации.

4.3 Элементы могут также быть представлены отдельно, например, на разных частях интернет-сайта. Достаточно одного указания рекламного элемента.

4.4 Организации несут ответственность за соблюдение ими государственного законодательства о защите прав потребителя в странах, в которых продвигается продукция и распространяются рекламные материалы.

5 Использование товарных знаков FSC в рекламных целях в тексте

- 5.1 В тексте или на мелких предметах, когда размещение логотипа FSC или товарных знаков «Леса для всех навсегда» не представляется возможным, можно использовать знаки «FSC®» или «Forest Stewardship Council™» в непосредственной близости к коду лицензии.
- 5.2 Если организация желает включить более подробную информацию о FSC, ее следует представить на одобрение поставщику услуг по товарному знаку или в FSC International, в зависимости от ситуации.

Примечание 1. Предоставление информации о FSC и сертифицированной FSC продукции

Приложение В к настоящему документу содержит примеры описания FSC и сертифицированной FSC продукции. Для получения дополнительных рекламных материалов посетите интернет-сайт marketingtoolkit.fsc.org.

6 Ограничения по использованию товарных знаков FSC в рекламных целях

- 6.1 Несертифицированные организации не вправе использовать товарные знаки FSC:
- a) Способом, который может привести к путанице, неправильной интерпретации или утрате доверия к схеме сертификации FSC;
 - b) Способом, подразумевающим, что FSC одобряет, участвует в или несет ответственность за деятельность организации;
 - c) В названиях бренда продукции, названиях компаний, например, «FSC Golden Timber», или доменных имен интернет-сайтов;
 - d) При размещении этикеток FSC на любой продукт или упаковку;
 - e) С какой-либо информацией о сертификации FSC продукции в торговых и отгрузочных документах;
 - f) Для создания или использования любого дизайна или рекламного художественного изображения, похожего на логотип и этикетки FSC;
 - g) С какими-либо этикетками на продукцию или рекламной панелью держателя сертификата в каких-либо рекламных материалах.

- 6.2 Название «Forest Stewardship Council» в материалах организации не переводится.

Примечание 2. Перевод названия «Forest Stewardship Council»

Перевод названия можно указать в скобках, но им нельзя заменять выражение «Forest Stewardship Council».

- 6.3 Товарные знаки FSC не должны использоваться способом, подразумевающим эквивалентность другим схемам лесной сертификации (например, сертификация FSC/xxx).
- 6.4 При использовании на том же рекламном материале, что и знаки других схем сертификации, товарные знаки FSC не должны использоваться способом, ущемляющим FSC по размеру или расположению.
- 6.5 Организации не вправе использовать товарные знаки FSC в рекламных целях на каких-либо корпоративных канцелярских принадлежностях, включая визитные карточки.

Примечание 3. Соответствие требованиям

FSC оставляет за собой право приостановить или отменить разрешение на использование товарных знаков FSC, если организация не соблюдает требования по использованию товарных знаков FSC, содержащихся в настоящем стандарте. Интерпретация данных правил остается на полное усмотрение FSC.

Часть III: Требования для групп пользователей

7 Продвижение FSC-сертифицированной продукции

- 7.1 Организации, желающие продвигать сертифицированную FSC продукцию, должны:
- (a) Представить все планируемые варианты использования товарных знаков FSC и художественное изображение на утверждение своему поставщику услуг по товарным знакам FSC (или в FSC International, в зависимости от ситуации);
и
 - (b) Представить подтверждение того, что продукт сертифицирован FSC; подтверждение должно быть в форме счетов, отгрузочных документов, заявлений в форме онлайн отслеживания, выписки из системы управления информации о продуктах или эквивалентных документов, выпущенных сертифицированным FSC поставщиком (Пункт 7.2);
или
 - (c) Продемонстрировать наличие внутреннего процесса обеспечения закупки продукции у сертифицированных поставщиков, того, что цепочка поставок FSC не нарушена, а на продукцию,купаемую у сертифицированных поставщиков, размещены этикетки FSC «на продукцию» (Пункт 7.3).

Примечание 4. Предоставление подтверждающих материалов

Поставщик услуг по товарным знакам может запросить подтверждающие счета или письма для проверки точности информации о продукции, сгенерированной системой управления информацией о продукции или эквивалентной системой.

- 7.2 Подтверждающие материал должны быть адресованы организации и содержать:
- a) Сертификационный номер прямого поставщика цепочки поставок
 - b) Заявление FSC на каждый продукт (например, FSC МИКС, FSC 100%, FSC Вторичный)
 - c) Уточнение, какие продукты являются сертифицированными.

Примечание 5. Освобождение от требования закупок у сертифицированного FSC поставщика

Есть условия, согласно которым организация может быть освобождена от требования закупок непосредственно у сертифицированного FSC поставщика. См. Приложение D.

- 7.3 Организация должна иметь утвержденную систему управления использованием товарных знаков (см. Приложение А) или направлять все предполагаемые случаи использования товарных знаков FSC на утверждение своему поставщику услуг по товарным знакам. Более подробную информацию о системе управления использованием товарных знаков см. в Приложении А.

Вопрос в рамках консультаций – условия продвижения продукции как FSC-сертифицированной продукции

Организации, желающие продвигать продукцию, должны продемонстрировать, что продукция закупается у сертифицированного FSC поставщика, обладающего действующим сертификатом. В настоящее время организации должны предоставить подтверждающие материалы в виде счетов и т.п. непосредственно от поставщика. Альтернативно организациям предлагается вариант предоставления подтверждения наличия внутренней системы верификации того, что продукция закупается у сертифицированного поставщика.

Вопрос

Какие условия должны быть соблюдены, прежде чем организация сможет продвигать продукцию и/или в каком виде следует запрашивать подтверждающие материалы у держателя лицензии? (выберите все применимые варианты):

- a) Проверка того, что организация правомочна получить лицензию (например, подтверждение того, что организация продает маркированную продукцию, приобретенную у сертифицированных FSC поставщиков);
- b) Проверка всех отдельных продуктов перед продвижением (подтверждение того, что продукты происходят из сертифицированной цепочки поставок);
- c) Методическая помощь для компаний по самостоятельной проверке продукции (вручную или электронным способом);
- d) Плановые проверки того, что продвигаемая продукция происходит из сертифицированной цепочки поставок (например, ежегодно);
- e) Утверждение текстовых и иллюстративных материалов, используемых для продвижения, перед публикацией;
- f) Не требуется предварительное одобрение текстовых и иллюстративных материалов, используемых для продвижения, перед публикацией, но требуются плановые проверки (например, ежегодные камеральные проверки);
- g) После получения лицензии не требуется никакой проверки продукции;
- h) Не требуется никакой проверки текстовых и иллюстративных материалов;
- i) Другое (уточните, пожалуйста).

Пункты продажи и промо-акции в магазине

7.4 Организации могут прикреплять рекламные материалы к любой сертифицированной продукции или ее упаковке в соответствии с правилами графического оформления, содержащимися в настоящем стандарте. Организации не вправе использовать этикетки FSC «на продукции».

Рекламные материалы с перечнем продукции

7.5 В каталогах, брошюрах, на интернет-сайтах, в социальных сетях и т.п. достаточно один раз разместить рекламные элементы (см. пункты 4.1 и 4.2). Если в них перечислена как сертифицированная FSC, так и не сертифицированная продукция, возле рекламных элементов должен быть

размещен текст типа «Ищите нашу FSC-сертифицированную продукцию», и FSC-сертифицированная продукция должна четко идентифицироваться. Если некоторая или вся продукция доступна в FSC-сертифицированном виде только по запросу, это должно быть четко указано.

Примечание 6. Четкая идентификация продукции

Во всех промо-акциях следует обратить внимание на то, чтобы не создавалось впечатление, будто бы продукция без этикетки FSC «на продукции» также является сертифицированной FSC (например, другая несертифицированная садовая мебель, выставляемая в том же месте розничной продажи).

Рекомендуется провести соответствующее обучение персонала.

8 Консультанты и обучающие компании

- 8.1 Консультанты и коммерческие организации, предлагающие обучение или консультационные услуги по системам FSC, должны подписать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков, для получения разрешения на использование товарных знаков FSC в учебных материалах и в рекламных целях.
- 8.2 Консультанты и коммерческие организации, предлагающие обучение или консультационные услуги, не должны предполагать, что FSC одобряет какое-либо обучение или консультационные услуги, если не согласовано иное, и несут полную ответственность за точность любых ссылок на FSC. Во все рекламные материалы необходимо включить оговорку об отказе от ответственности, например: «FSC не несет ответственности за содержание любого обучения/консультации, предлагаемого/ой [название организации]».

9 Инвестиционные организации

- 9.1 Инвестиционные организации должны подписывать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков для получения разрешения на использование товарных знаков FSC в рекламных целях для продвижения инвестиционных продуктов для FSC-сертифицированных лесов.
- 9.2 Любые такие заявления инвестиционных организаций должны сопровождаться оговоркой об отказе от ответственности на рекламном материале; например: «FSC не несет ответственности и не утверждает никакие финансовые заявления о доходах по вложениям».

Часть IV: Правила графического оформления для продвижения

10 Логотип FSC

Цветные

10.1 Рекламная панель FSC и логотип FSC должны использоваться в цветовых версиях, представленных на Рисунке 1 и 2.

Рисунок 1: Цвета рекламной панели

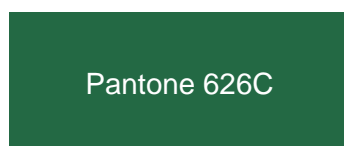


Рисунок 2: Стандартные цвета логотипа FSC



10.2 Зеленый позитив является предпочтительным стандартным цветом логотипа FSC, который должен воспроизводиться в оттенке Pantone 626C (Рисунок 3). Зеленый негатив или черно-белый (позитив или негатив) могут использоваться в качестве альтернативы.

Рисунок 3: Pantone 626C



10.3 Если стандартные цвета недоступны для области печати, допускается использовать доступный цвет, обеспечивающий четкий контраст на сплошном фоне. Логотип или панель могут воспроизводиться в версии позитива и негатива или в прозрачном варианте.

Размер логотипа

10.4 Товарные знаки FSC должны быть напечатаны в таком размере, в котором легко прочесть все элементы.

10.5 Рекомендованный минимальный размер логотипа FSC составляет 10 мм, минимальная высота должна быть не менее 6 мм. Это также применимо к случаю, если логотип используется как часть макета рекламной панели (см. пункт 4.1).

Рекомендованный минимальный размер логотипа

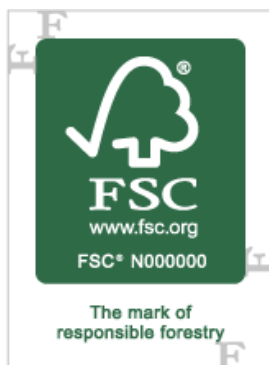


Минимальный размер логотипа



Свободное пространство вокруг товарного знака

10.6 Вокруг товарного знака должно быть достаточно свободного места, чтобы он оставался четким. Минимальная площадь рассчитывается, исходя из высоты аббревиатуры FSC на логотипе.



11 Знаки «Леса для всех навсегда»

Цвет и размер

11.1 Товарные знаки «Леса для всех навсегда» должны использоваться только в следующих цветовых версиях:

a) Темно-зеленый и светло-зеленый



b) Белый и светло-зеленый



c) Белый и темно-зеленый



d) Белый



e) Черный



f) Темно-зеленый



Просим принять во внимание, что данные цвета относятся только к товарному знаку, а не к цвету фона, который представлен здесь только для иллюстрации знаков с белыми элементами.

11.2 Зеленые цвета для воспроизведения должны быть следующие:

- a) Темно-зеленый: Pantone 626C (R0 G92 B66 / C81 M33 Y78 K28)
- b) Светло-зеленый: Pantone 368C (R114 G191 B66 / C60 M0 Y100 K0).

11.3 Использование других цветов не допускается; если требуемые цвета недоступны, знаки не подлежат воспроизведению.

11.4 Минимальный размер полного знака «Леса для всех навсегда» должен быть 10 мм в высоту и 6 мм для логотипа с текстовым знаком.



Расположение знаков

11.5 Вокруг знаков должно быть достаточно свободного места. Минимальная площадь рассчитывается, исходя из высоты аббревиатуры FSC на логотипе.



Перевод знаков и слогана

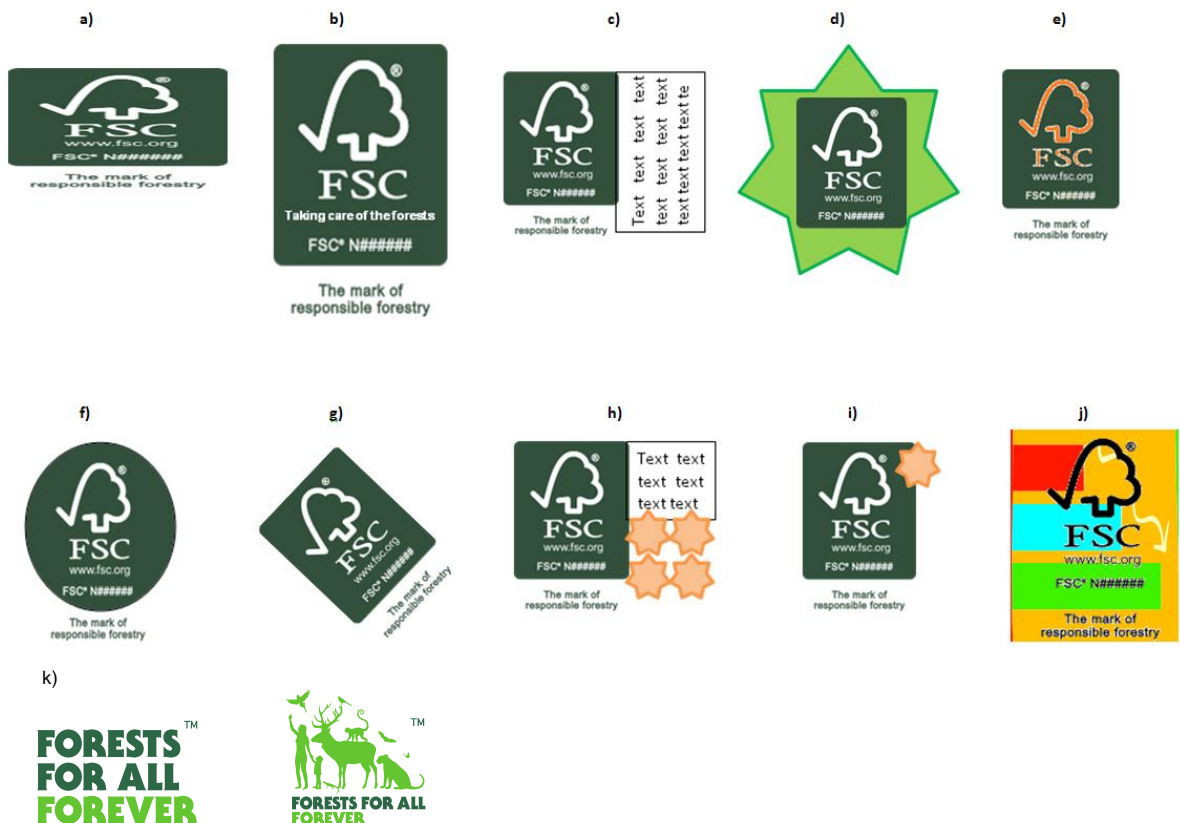
- 11.6 Официальные языковые версии товарных знаков «Леса для всех навсегда», предоставленные FSC, должны использоваться только в странах, указанных в «*Регистрационном перечне товарных знаков*», доступном на портале товарных знаков и в маркетинговом онлайн-инструментарии. Организации не должны создавать новые переводы.
- 11.7 Переводы слогана «Леса для всех навсегда», утвержденные FSC, допускается использовать в текстовом формате в рамках сообщения или под знаком, с соблюдением окружающего свободного пространства.



12 Ненадлежащее использование товарных знаков FSC

12.1 Не допускаются следующие действия:

- Изменение пропорций любого изображения;
- Изменения или добавления в содержание любого изображения сверх указанных элементов;
- Включение FSC в другие формы информирования, например, экологические заявления, не относящиеся к сертификации FSC;
- Размещение логотипа FSC в другой рамке или на другом фоне;
- Создание новых цветовых версий;
- Изменение формы рамки или фона;
- Наклон или поворот изображений относительно другого содержания;
- Несоблюдение свободного пространства вокруг изображения;
- Комбинирование любых товарных знаков или изображений FSC с другими брендами способом, вызывающим ассоциацию;
- Расположение логотипа или знаков на перекрывающем их фоне;
- Использование представленных элементов знаков «Леса для всех навсегда» по отдельности.



Приложение А. Система управления использованием товарных знаков

1. Общие положения

- 1.1 Вместо того, чтобы подавать все предполагаемые случаи использования товарных знаков FSC на утверждение своему поставщику услуг по товарным знакам, организации может внедрить систему управления использованием товарных знаков с внутренней системой контроля. Система со всеми условиями, указанными в настоящем Приложении, должна быть утверждена поставщиком услуг по товарным знакам до того, как организация начнет ее применять.
- 1.2 Прежде чем применять систему внутреннего контроля, организация должна продемонстрировать хорошее понимание соответствующих требований путем подачи достаточного количества последовательных правильных запросов на утверждение поставщику услуг по товарным знакам для каждого вида использования по назначению. Определение того, когда организация продемонстрировала достаточное портфолио поданных запросов, остается на усмотрение поставщика услуг по товарным знакам.
- 1.3 Если организация демонстрирует повторяющееся отсутствие контроля за использованием ею товарных знаков, поставщик услуг по товарным знакам или FSC International может потребовать подавать на утверждение все случаи использования товарных знаков перед их использованием.
- 1.4 Поставщик услуг по товарным знакам или FSC International может потребовать ежегодную камеральную проверку в целях обеспечения соответствия системе управления использованием товарных знаков.

2. Система управления использованием товарных знаков

- 2.1 Организация должна внедрить и поддерживать систему управления использованием товарных знаков, соответствующую размеру и сложности организации, в целях обеспечения постоянного соответствия всем применимым требованиям данного стандарта (FSC-STD-50-002 V2-0), включая следующее:
 - a) Назначить представителя руководства, несущего полную ответственность и обладающего полномочиями относительно соблюдения организацией всех применимых требований к товарным знакам;
 - b) Внедрить и поддерживать актуальные задокументированные процедуры контроля за товарными знаками в рамках организации;
 - c) Назначить персонал, ответственный за выполнение каждой процедуры;
 - d) Проинформировать поставщика услуг по товарным знакам о персонале, ответственном за выполнение каждой процедуры, и

- письменно уведомлять поставщика услуг по товарным знакам о каждом изменении, касающемся персонала;
- e) Определить область применения системы, включающую проверку продукции, рекламное графическое оформление с информированием или и то, и другое;
 - f) Обучить назначенный персонал актуальным версиям процедур организации, чтобы обеспечить его компетентность в области пользования системой управления использованием товарных знаков;
 - g) Вести полную и актуальную документацию одобрений товарных знаков, которая должна храниться в течение, как минимум, пяти (5) лет.
- 2.2 В целях проверки продукции организация должна:
- h) Продемонстрировать наличие процесса, подтверждающего статус продукции как FSC-сертифицированной продукции (например, график работ, стандартная рабочая процедура);
 - i) Письменно уведомлять поставщика услуг по товарным знакам о закупке новых категорий сертифицированной продукции.
- 2.3 Перед каждым новым случаем использования товарных знаков FSC организация должна обеспечить контроль за использованием товарных знаков при помощи внутреннего процесса одобрения товарных знаков.
- 2.4 Системы внутреннего контроля организации должны включать назначенных инспекторов за использованием товарных знаков, которые являются внутренними утверждающими лицами по вопросам использования товарных знаков. Рекомендуется, чтобы инспекторы товарных знаков прошли обучение в области использования товарных знаков FSC, организованное поставщиком услуг по товарным знакам.

Приложение В. Как описывать FSC и продукцию с заявлениями FSC

Ниже приведено несколько примеров того, как описывать FSC и продукцию, сертифицированную FSC. Данный список не является исчерпывающим; возможны альтернативные варианты, если они правильно передают значение FSC. См. также сайт marketingtoolkit.fsc.org для поиска идей способов информирования и вдохновения для создания маркетинговых материалов.

Как описывать FSC

- Лесной попечительский совет (Forest Stewardship Council[®], FSC) – это международная некоммерческая организация, целью которой является продвижение ответственного управления лесами во всем мире. FSC определяет стандарты, основанные на согласованных принципах ответственного управления лесами, которые поддерживаются заинтересованными сторонами, представляющими экономические, экологические и социальные интересы. Чтобы узнать больше, посетите сайт: www.fsc.org
- Лесной попечительский совет (Forest Stewardship Council[®]) – это международная негосударственная организация, которая продвигает экологически ответственное, социально выгодное и экономически жизнеспособное управление лесами в мире. Чтобы узнать больше, посетите сайт: www.fsc.org
- Целью FSC является продвижение ответственного управления лесами в мире.
- FSC помогает заботиться о лесах для будущих поколений.
- FSC помогает заботиться о лесах, людях и животных, для которых лес – это дом.

Как описывать продукцию с этикеткой/заявлением FSC

- Выбирая этот продукт, вы помогаете заботиться о лесах в мире. Узнайте больше на сайте: www.fsc.org
- Выбирая этот продукт, вы поддерживаете ответственное управление лесами в мире.
- Этикетка FSC означает, что материалы, использованные для данного продукта, происходят из [см. текст, относящийся к конкретным этикеткам].
- Этикетка FSC означает, что материалы, использованные для данного продукта, происходят из ответственного источника.

Этикетка 100%

- Для данного продукта использовались только [материал/волокна] из лесов, сертифицированных FSC.
- Данный продукт изготовлен из [материала], сертифицированного FSC.
- [Материал] данного продукта происходит из хорошо управляемых лесов, сертифицированных по схеме FSC.

- Данная этикетка FSC означает, что древесина была заготовлена с пользой для местных жителей, диких животных и окружающей среды.

Этикетка «МИКС»

- Данный продукт изготовлен из FSC- сертифицированного и другого контролируемого материала.
- Данный продукт изготовлен из материала из хорошо управляемых FSC-сертифицированных лесов и других контролируемых источников.
- Данный продукт изготовлен из материала из хорошо управляемых, FSC-сертифицированных лесов, вторично переработанных материалов и других контролируемых источников.
- Данный продукт изготовлен из материала из хорошо управляемых, FSC-сертифицированных лесов и вторично переработанных материалов.
- Данный продукт изготовлен из вторично переработанных и других материалов из контролируемых источников.

Не говорите, что продукт с этикеткой «МИКС» изготовлен из материалов из ответственно или хорошо управляемых лесов без указания других используемых источников.

Этикетка «Вторичный»

- Материал в данном продукте является вторично переработанным.
- Этикетка FSC на данном [продукте] гарантирует ответственное использование мировых лесных ресурсов.

Не говорите, что продукт с этикеткой «Вторичный» изготовлен из материала из ответственно или хорошо управляемых лесов.

Этикетка для продукции от малых лесопользователей

- Этикетка FSC означает, что [материал] для данного продукта заготовлен с пользой для малых лесопользователей и местных сообществ.
- Эта этикетка FSC означает, что [материал] заготовлен с пользой для малых лесопользователей, местных сообществ, диких животных и окружающей среды.

Приложение С. Использование товарных знаков органами по сертификации и их аффилированными представительствами

Использование товарных знаков FSC органами по сертификации и их аффилированными представительствами покрывается аккредитационным соглашением вместе с лицензионным соглашением об использовании товарных знаков.

- 1.1 Использование товарных знаков FSC органами по сертификации и их аффилированными представительствами подлежит одобрению обученному утверждающему лицу органа по сертификации по вопросам использования товарных знаков или должно быть направлено непосредственно в FSC International.
- 1.2 Орган по сертификации должен рекламировать или продвигать только те услуги или виды деятельности, которые входят в область действия их аккредитации FSC.
- 1.3 Код лицензии на использование товарного знака должен размещаться на сертификатах FSC и на всех видах рекламы, учебных материалов или документов, выпускаемых органом по сертификации в связи с сертификацией FSC.
- 1.4 Если орган по сертификации имеет аффилированные представительства, оказывающие услуги по сертификации от его имени, в каждом случае использования товарных знаков FSC или ссылок на FSC в рекламных материалах должна размещаться хорошо различимая фраза следующего содержания: «оказание услуг по сертификации FSC производится совместно с [название органа по сертификации]».
- 1.5 Органы по сертификации и их аффилированные представительства уполномочены использовать товарные знаки FSC в рекламных целях на любых канцелярских принадлежностях, включая визитные карточки, в верхней части бланков документов или рекламных материалов.
- 1.6 Только органы по сертификации имеют право использовать товарные знаки FSC (например, рекламную панель FSC) на визитных карточках с заявлением «Аккредитованный FSC орган по сертификации».

Приложение D. Освобождение от требования закупок непосредственно у сертифицированного FSC поставщика

Нижеследующие условия прошли оценку в целях подтверждения отсутствия нарушения ими целостности системы цепочки поставок FSC.

1. Основные предварительные условия

Организация и рекламируемая продукция должны соответствовать всем нижеследующим предварительным условиям, прежде чем они могут быть признаны исключением:

- 1.1 Рекламируемая продукция является готовой и маркированной продукцией. Рекламируемая продукция не подлежит дальнейшей модификации или обработке.
- 1.2 Заявитель на использование товарного знака может предоставить подтверждение от сертифицированного поставщика.
- 1.3 В случае если прямой поставщик организации предполагает рекламировать продукцию с товарными знаками FSC, то прямой поставщик должен подать заявление поставщику услуг по товарным знакам или в FSC International.
- 1.4 К продвижению допускается не более двух последовательных линий лицензированных организаций.

2. Особые условия

В дополнение к условиям, перечисленным выше, организация должна соответствовать, по крайней мере, одному из следующих условий:

- 2.1 Поставщик и организация являются частью одной корпоративной структуры.
- 2.2 Прямой поставщик выполняет поставки исключительно для организации, и они являются единственной причиной его существования.
- 2.3 Прямой поставщик добавляет содержимое в сертифицированный продукт (например, упаковку), но не изменяет его каким-либо образом. Прямой поставщик не должен добавлять в продукт никакие лесные материалы.
- 2.4 Спецификация продукта составляется для заявителя на использование товарного знака, а на продукте указывается брэнд того же самого заявителя на использование товарного знака. Прямой поставщик не добавляет в продукт никакие лесные материалы.

Приложение Е. Термины и определения

В настоящем стандарте применяются нижеследующие и содержащиеся в *Глоссарии терминов FSC-STD-01-002 FSC термины и определения.*

Аффилированные представительства (Affiliate offices): Юридическое лицо, не подлежащее организационному контролю со стороны органа по сертификации, оказывающее все или любые аккредитованные FSC услуги по сертификации.

ПРИМЕЧАНИЕ: Использование отдельных внешних сотрудников, например, аудиторов или технических экспертов, работающих по договору, не считается аффилированным представительством.

Орган по сертификации (Certification body): Орган, который предоставляет услуги по оценке соответствия и который может быть объектом аккредитации (адаптировано из ISO/IEC 17011:2004 (E)).

Цепочка поставок (Chain of custody): Путь, проходимый сырьем, обработанными материалами и продукцией от леса (и/или вторичных источников) до потребителя, включающий все последовательные стадии переработки, трансформации, производства и распространения.

Готовый продукт (Finished product): Продукт, не подлежащий дальнейшей трансформации в части переработки, маркировки или упаковывания до применения по назначению.

FSC-сертифицированная продукция (FSC-certified product): Продукция, которая соответствует всем применимым требованиям по сертификации и которая может продаваться с заявлениями FSC и продвигаться с товарными знаками FSC. FSC-контролируемая древесина не считается FSC-сертифицированной продукцией.

Код лицензии товарного знака FSC (FSC trademark licence code):

Идентификационный код, выданный организациям, подписавшим лицензионное соглашение о предоставлении права использования товарных знаков FSC. Для держателей сертификатов код имеет вид FSC® C#####, а для организаций, имеющих лицензию на использование товарных знаков, имеет вид FSC® N#####. Он используется для идентификации организации в базе данных держателей лицензии FSC и должен указываться при каждом использовании товарных знаков FSC.

Товарные знаки FSC (FSC trademarks): FSC владеет несколькими зарегистрированными товарными знаками: (a) логотип FSC; (b) аббревиатура «FSC»; (c) название «Forest Stewardship Council»; (d) полный знак «Forest For All Forever» (в переводе на русск.яз. «Леса для всех навсегда») и (e) логотип и текстовый знак «Forest For All Forever».

Логотип FSC (FSC logo): Логотип FSC в виде дерева с буквами «FSC», располагающимися под ним, включая символ регистрации или товарного знака в правом верхнем углу.

Группа (Group entity): Объединение, подающее заявку на групповую сертификацию и владеющее выданным групповым сертификатом. Группа может быть представлена физическим лицом, кооперативным обществом, ассоциацией или иным сходным юридическим лицом.

Генератор этикеток (Label generator): Онлайн-сервис, предоставляющий этикетки и логотип FSC организациям, имеющим право использования товарных знаков FSC.

Этикетка «на продукции» (On-product label): Компоновка требуемой информации с целью публичного FSC-заявления о материалах, используемых в продукте, прилагаемая к продукту или его упаковке.

Организация (Organization): Зарегистрированное юридическое лицо, подписавшее лицензионное соглашение FSC и не имеющее действующего сертификата FSC цепочки поставок, но желающее использовать товарные знаки FSC в рекламных целях.

Рекламная панель (Promotional panel): Редактируемый логотип FSC и рекламное заявление установленной формы, к которым можно добавить код лицензии пользователя.

Система управления использованием товарных знаков (Trademark use management system): Совокупность процедур, описанная в Приложении А к настоящему стандарту, применяемых держателем сертификата в целях обеспечения правильного использования товарных знаков.

Лицензионное соглашение по товарному знаку FSC (Trademark Licence Agreement): Соглашение и юридический документ, подписанные организацией (лицензиат) и FSC (лицензиар) с целью предоставления лицензиату специального разрешения на использование товарных знаков FSC (Лицензированных материалов) на определенной территории или на международном уровне.

Поставщик услуг по товарному знаку (Trademark Service Provider): Организация (такая как Национальное или региональное представительство FSC или FSC International, в зависимости от ситуации), назначенное FSC для выдачи сублицензий на использование товарных знаков FSC на определенной территории и оказание услуг, таких как разрешение использования товарных знаков FSC и отслеживание потенциальных нарушений.

Вербальные формы выражения положений

[Адаптировано из *Директивы ISO/IEC Часть 2: Правила структурирования и составления международных стандартов (2011)*]

- «*Должен*» указывает на требования, которые подлежат обязательному выполнению в целях обеспечения соответствия стандарту.
- «*Следует*» указывает, что среди нескольких имеющихся возможностей рекомендована одна как наиболее подходящая без упоминания или исключения других, или что определенный порядок действий является предпочтительным, но не обязательным.
- «*Допускается*» указывает на порядок действий, допустимый в пределах документа.
- «*Может*» используется в заявлениях о возможности или способности, как материальной, так и физической или причинно-обусловленной.



Forest Stewardship Council®

