



Standard

# KORZYSTANIE ZE ZNAKÓW TOWAROWYCH FSC® PRZEZ POSIADACZY CERTYFIKATU

FSC-STD-50-001 V3-0



**FORESTS  
FOR ALL  
FOREVER™**

---

**Tytuł oryginalny** Use of the FSC® Trademarks by Certificate Holders

---

**Tytuł:** Korzystanie ze znaków towarowych FSC® przez posiadaczy certyfikatu

---

**Daty:** **Data zatwierdzenia:** 22 października 2025 r.  
**Data wejścia w życie:** 1 lipca 2026 r.

---

**Ramy czasowe:** **Data zakończenia okresu przejściowego:** 1 stycznia 2029 r.  
**Okres ważności:** Do czasu zastąpienia lub wycofania

UWAGA: W okresie przejściowym i po jego zakończeniu nadal można sprzedawać i dystrybuować aktualne zapasy produktów certyfikowanych w systemie FSC, ukończonych i opatrzonych etykietą produktową FSC, oraz aktualne zapasy materiałów promocyjnych opatrzonych znakami towarowymi FSC – o ile zostały one wyprodukowane wcześniej zgodnie z wersją 2.1 niniejszego standardu. Należy pamiętać, że „zapasy” nie obejmują urządzeń i sprzętu używanego do nanoszenia znaku FSC, takiego jak sprzęt do drukowania, grawerowania, wytrawiania, szycia, tłoczenia i wytlaczania.

---

**Kontakt w przypadku uwag:** FSC International – Trademark Management  
Adenauerallee 134  
53113 Bonn  
Niemcy

**Telefon:** +49 -(0)228 -36766 -0  
**E-mail:** trademark@fsc.org

---

## Kontrola wersji

---

**Data publikacji:** 1 stycznia 2026 r.

---

Wersja	Opis	Data publikacji
V 1-0	Pierwsza wersja wymagań, zatwierdzona w styczniu 2010 r., łączyła w sobie kilka różnych dokumentów i gromadziła wszystkie wymagania dot. znaków towarowych, które wcześniej zawarte były w różnych standardach i wytycznych. Wersja V1-0 wprowadziła także do systemu FSC nowe etykiety umieszczane na produktach.	1 marca 2010 r.
V1-1 i V1-2	W wyniku niewielkich zmian wprowadzonych w lutym i listopadzie 2010 r. doprecyzowano język i użyte sformułowania oraz ulepszono wymagania graficzne w oparciu o uwagi interesariuszy, aby ułatwić stosowanie nowych etykiet.	1 grudnia 2011 r.

---

<b>V2-0</b>	W celu opracowania wersji V2-0 przeprowadzono gruntowną zmianę, która uwzględniła Wniosek nr 29 przyjęty podczas Zgromadzenia Ogólnego FSC w 2014 r. Wymagania zostały uproszczone, a posiadacze certyfikatów zyskali możliwość korzystania z systemu zarządzania znakami towarowymi.	1 listopada 2017
<b>V2-1</b>	Strategia dotycząca produktów FSC MIX i drewna kontrolowanego opublikowana w kwietniu 2019 r. wymagała (i) zmiany tekstu etykiety FSC MIX w celu wzmocnienia prawdziwości oznakowania oraz (ii) wprowadzenia stałych oświadczeń dotyczących Drewna Kontrolowanego FSC w celu lepszego zrozumienia pojęcia drewna kontrolowanego. W czerwcu 2020 r. Rada Dyrektorów FSC zatwierdziła zmieniony tekst etykiety MIX oraz nowe oświadczenia dotyczące drewna kontrolowanego. Wersja V2-1 uwzględnia te dwie zmiany i koryguje błąd w kodach kolorów w klauzulach 8.2 i 9.2.	1 października 2021 r.
<b>V3-0</b>	Przeprowadzono gruntowną rewizję w celu (i) usprawnienia istniejących wymagań, (ii) dostosowania do nowych trendów rynkowych oraz (iii) dostosowania do najważniejszych wymogów prawnych dotyczących stosowania etykiet środowiskowych.	1 stycznia 2026 r.

© 2026 Forest Stewardship Council, A.C. Wszelkie prawa zastrzeżone  
FSC® F000100

Rozpowszechnianie, modyfikowanie, przekazywanie, ponowne wykorzystywanie, powielanie, ponowne publikowanie lub wykorzystywanie materiałów chronionych prawem autorskim z tego dokumentu do celów publicznych lub komercyjnych bez wyraźnej pisemnej zgody wydawcy jest zabronione. Niniejszym upoważnia się użytkownika do przeglądania, pobierania, drukowania i rozpowszechniania poszczególnych stron niniejszego dokumentu wyłącznie w celach informacyjnych.

Niniejszy dokument stanowi tłumaczenie oryginalnej wersji angielskiej. Tłumaczenie zostało przygotowane przez FSC Polska i nie jest oficjalnym tłumaczeniem zatwierdzonym przez FSC International. FSC Polska nie ponosi odpowiedzialności ani nie udziela gwarancji za ewentualne szkody wynikające z błędów, odstępstw lub interpretacji tłumaczenia niniejszego dokumentu. Dotyczy to wszystkich elementów tłumaczenia. Oryginalna wersja angielska niniejszego dokumentu (dostępna pod adresem [www.fsc.org](http://www.fsc.org)) ma charakter rozstrzygający.

## WPROWADZENIE

Niniejszy standard określa wymagania dla posiadaczy certyfikatów FSC dotyczące stosowania znaków towarowych FSC – tak aby oznakowanie produktów, działania promocyjne i oświadczenia certyfikacyjne były właściwe, spójne i wiarygodne dla konsumentów. Standard ma zastosowanie do wszystkich przypadków użycia znaków towarowych FSC przez posiadaczy certyfikatów, niezależnie od tego, czy służą do identyfikacji produktów z certyfikatem FSC, promowania tych produktów, czy też informowania o statusie posiadacza certyfikatu FSC.

Poprzez prawidłowe stosowanie znaków towarowych FSC posiadacze certyfikatów pomagają konsumentom podejmować świadome decyzje zakupowe. Dlatego też niezwykle ważne jest prawidłowe stosowanie znaków towarowych, w sposób, który nie wprowadza w błąd konsumentów ani opinii publicznej, np. poprzez nieprawdziwe oświadczenia lub sugerowanie właściwości produktów wykraczających poza zakres certyfikacji FSC.

Znaki towarowe FSC są dla posiadaczy certyfikatów FSC podstawowym narzędziem komunikacji wskazującym, że ich produkty spełniają wymagania standardów FSC. Jako licencjodawcy FSC, posiadacze certyfikatów ponoszą wspólną odpowiedzialność za ochronę zbiorowej inwestycji dokonanej przez wszystkich użytkowników oraz przez FSC, jako właściciela znaku towarowego, w budowę i utrzymanie systemu FSC. Celem wymagań zawartych w niniejszym dokumencie jest uzyskanie prawidłowego i spójnego przekazu o FSC przedstawianego w jednolity sposób, który zwiększy rozpoznawalność zarówno systemu FSC, jak i osiągnięć jego licencjodawców.

Aby wspierać posiadaczy certyfikatów w zakresie etykietowania i promocji, FSC zapewnia:

- **FSC Brand Hub** – platformę internetową umożliwiającą pobieranie znaków towarowych FSC, etykiet produktowych, projektów promocyjnych, materiałów kampanii i powiązanych zasobów.
- **Kurs e-learningowy** – szkolenie online dotyczące prawidłowego stosowania znaków towarowych FSC.
- **Wytyczne dla standardu stosowania znaków towarowych FSC przez posiadaczy certyfikatów V3-0 (FSC-GUI-50-001 V1-0)** – praktyczny przewodnik z przykładami, który pomoże zrozumieć, jak stosować wymagania standardu w praktyce. Wytyczne są dostępne na platformie FSC Brand Hub.

Posiadacze certyfikatów otrzymują dostęp do FSC Brand Hub i platformy e-learningowej za pośrednictwem swojej jednostki certyfikującej, akredytowanej przez FSC.

# SPIS TREŚCI

<b>Wprowadzenie</b>	<b>4</b>
<b>A. Zakres</b>	<b>6</b>
<b>B. Dokumenty powiązane</b>	<b>6</b>
<b>C. Pojęcia i definicje</b>	<b>6</b>
<b>D. Skróty</b>	<b>9</b>
<b>Część 1: Wymagania OGÓLNE</b>	<b>10</b>
1. Podstawowe wymagania dotyczące stosowania znaków towarowych FSC	10
<b>Część 2: Stosowanie etykiet FSC na produktach</b>	<b>11</b>
2. Wybór etykiety FSC	11
3. Wybór elementów etykiety FSC	12
4. Wymagania dotyczące etykietowania	13
<b>Część 3. Promowanie produktów z certyfikatem FSC i certyfikacji FSC</b>	<b>14</b>
5. Elementy promocyjne	14
6. Wymagania dotyczące wykorzystania znaków towarowych FSC w celach promocyjnych	15
<b>Część 4: Zasady graficzne dotyczące etykietowania i promocji</b>	<b>17</b>
7. Etykiety produktowe FSC i logo FSC	17
8. Etykieta FSC z kodem QR	18
<b>Część 5: Ograniczenia dotyczące używania znaków towarowych</b>	<b>20</b>
9. Ograniczenia dotyczące używania znaków towarowych FSC	20
Załącznik 1. System zarządzania znakami towarowymi	22
Załącznik 2. Dodatkowe wymagania dla posiadaczy certyfikatów grupowych i wielooddziałowych	24
Załącznik 3. Dodatkowe wymagania dotyczące certyfikacji projektów FSC	25

## A.ZAKRES

Niniejszy standard obowiązuje wszystkich posiadaczy certyfikatów FSC, którzy używają znaków towarowych FSC na rynku, w tym certyfikatów łańcucha pochodzenia produktu i gospodarki leśnej. Standard obejmuje wykorzystanie znaków towarowych FSC: na produktach z certyfikatem FSC, dla promocji produktów z certyfikatem FSC oraz w celu promocji organizacji jako posiadacza certyfikatu FSC. Ponadto niniejszy standard stanowi również podstawę do oceny i aprobaty wykorzystania znaków towarowych FSC przez posiadaczy certyfikatów poprzez jednostki certyfikujące akredytowane przez FSC lub poprzez system zarządzania znakami towarowymi.

Standard nie ma zastosowania do wykorzystania znaków towarowych FSC przez posiadaczy certyfikatów w kontekście prywatnym, poza obrotem handlowym.

Niniejszy standard obejmuje także promocję pozytywnego wpływu na środowisko naturalne w oparciu o oświadczenia posiadaczy certyfikatów dotyczące usług ekosystemowych. Szczegółowe wymagania dotyczące składania oświadczeń dotyczących usług ekosystemowych znajdują się w dokumencie <FSC-PRO-30-006 Procedura FSC dla usług ekosystemowych: Demonstracja wpływu i narzędzia rynkowe>.

Niniejszy dokument nie ma wpływu na wymagania dotyczące umieszczania oświadczeń FSC na fakturach i dokumentach dostawy, które są określone w dokumencie <FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu>.

Wszystkie elementy niniejszego standardu uważa się za normatywne, w tym zakres, daty wejścia w życie i ważności, dokumenty powiązane, pojęcia i definicje, przypisy, grafiki, tabele i załączniki, chyba że określono inaczej.

Natomiast uwagi, ramki ze wskazówkami i przykłady nie mają charakteru normatywnego.

## B.DOKUMENTY POWIĄZANE

Znajomość niżej wymienionych dokumentów jest niezbędna do stosowania niniejszego dokumentu.

W przypadku dokumentu bez podanego numeru wersji obowiązuje najnowsza wersja dokumentu (wraz z wszelkimi zmianami), zastępując wszelkie poprzednie wersje:

<b>FSC-STD-60-004</b>	Ogólne Wskaźniki Międzynarodowe
<b>FSC-STD-40-004</b>	Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu
<b>FSC-STD-40-006</b>	Standard FSC dla certyfikacji projektów
<b>FSC-STD-30-010</b>	Kontrolowana gospodarka leśna

## C.POJĘCIA I DEFINICJE

Na potrzeby niniejszego standardu, zastosowanie mają pojęcia i definicje zawarte w standardzie <FSC-STD-01-002 Słownik Pojęć FSC> oraz poniższe.

**Wszystkie planowane zastosowania (All intended uses):** Odnosi się do wszelkich planowanych nowych zastosowań znaków towarowych FSC przez organizację. Pojęcie to obejmuje wykorzystanie w dowolnej formie lub na dowolnym nośniku, w tym na produktach i materiałach promocyjnych, zarówno

cyfrowych, jak i fizycznych, które nie zostały wcześniej zatwierdzone przez jednostkę certyfikującą lub w ramach systemu zarządzania znakami towarowymi. Nie odnosi się to do dokładnych reprodukcji (przedruków) zastosowań, które zostały już zatwierdzone.

**Jednostka certyfikująca (Certification body):** Jednostka świadcząca usługi z zakresu oceny zgodności, możliwe jest uzyskanie przez nią akredytacji (na podstawie normy ISO/IEC 17011”2017(E)).

**Materiał kontrolowany (Controlled material):** Materiał wejściowy dostarczony bez oświadczenia FSC, który został uznany za spełniający wymagania standardu FSC dotyczącego drewna kontrolowanego <FSC-STD-40-005 Wymogi dla zaopatrzenia w Drewno Kontrolowane FSC>.

**Osoba wyznaczona do nadzorowania użycia znaków towarowych (Designated trademark controller):** osoba wyznaczona przez organizację do pełnienia funkcji wewnętrznie aprobującego wszystkie przypadki użycia znaków towarowych FSC przy wdrożonym systemie zarządzania znakami towarowymi. Osoba ta jest odpowiedzialna za przegląd i aprobatę użycia znaków towarowych w ramach organizacji.

**Platforma e-commerce (E-commerce platform):** platforma internetowa umożliwiająca kupno i sprzedaż produktów online. Obejmuje platformy zarządzane bezpośrednio przez posiadacza certyfikatu w celu sprzedaży jego produktów, a także platformy zarządzane przez stronę trzecią, na których posiadacz certyfikatu sprzedaje swoje produkty.

**E-commerce – opis produktu (E-commerce – Product description):** szczegółowy opis produktu oferowanego na sprzedaż na platformie e-commerce. Zawiera niezbędne informacje o produkcie, jego cechach, zaletach i wszelkich innych istotnych szczegółach, które umożliwiają pomoc klientom w podjęciu decyzji o zakupie.

**E-commerce – oferta produktu (E-commerce – Product listing):** Strona lub wpis na platformie e-commerce, na której prezentowany jest konkretny produkt przeznaczony do sprzedaży. Zawiera szczegółowe informacje o produkcie, aby pomóc potencjalnym klientom zrozumieć, co kupują. Oferta produktu zawiera szczegółowe informacje o produkcie w postaci zdjęć i tekstu. Służy potencjalnym klientom do zrozumienia cech produktu i podjęcia decyzji o zakupie. Każda oferta produktu jest traktowana jako niezależny materiał promocyjny.

**E-commerce – tytuł produktu (E-commerce - Product title):** zwięzła i opisowa nazwa identyfikująca produkt sprzedawany na platformie e-commerce. Zazwyczaj jest wyświetlana w górnej części oferty produktu i ma na celu przyciągnięcie uwagi potencjalnych nabywców, dostarczając jednocześnie kluczowych informacji o produkcie. Zazwyczaj zawiera markę, nazwę produktu, rozmiar, kolor, model/serię i inne dodatkowe informacje.

**FSC Brand Hub:** narzędzie internetowe dostępne dla posiadaczy certyfikatów, umożliwiające dostęp i pobieranie znaków towarowych FSC, etykiet, paneli promocyjnych, wektorów graficznych, materiałów marketingowych i kampanii (w tym obrazów, materiałów kreatywnych) oraz materiałów pomocniczych i poradników.

**Produkt z certyfikatem FSC (FSC-certified product):** wyrób spełniający wszystkie wymagania certyfikacyjne, który może być sprzedawany z oświadczeniami FSC i promowany z wykorzystaniem znaków towarowych FSC. Drewno Kontrolowane FSC nie jest uznawane za produkt z certyfikatem FSC.

**Projekt certyfikowany FSC (FSC-certified project):** ukończony projekt, który spełnia wymagania dokumentu <FSC-STD-40-006 Standard FSC dla certyfikacji projektów>.

**Drewno Kontrolowane FSC (FSC Controlled Wood):** materiał lub wyrób z oświadczeniem „FSC Controlled Wood”.

**Logo FSC (FSC logo):** „Graficzny znak wyboru i stylizowane drzewo” z literami „FSC” poniżej.

**Panel promocyjny FSC (FSC promotional panel):** graficzne rozmieszczenie logo FSC i dodatkowych informacji stosowanych w określonym układzie w materiałach promocyjnych.

**Kod licencji FSC (FSC licence code):** Kod identyfikacyjny wydawany organizacjom, które podpisały umowę licencyjną na korzystanie ze znaków towarowych FSC. W przypadku posiadaczy certyfikatów kod ma następującą postać: FSC C#####. Służy do identyfikacji organizacji w bazie danych posiadaczy licencji FSC.

**Etykieta produktowa FSC (FSC on-product label):** układ wymaganych informacji i elementów służący do stosowania publicznych oświadczeń FSC o materiałach użytych w produkcji. Umieszczana na produkcie, dołączona do produktu lub jego opakowania.

**Etykieta FSC z kodem QR (FSC QR label):** Układ elementów na dwuwymiarowym kodzie kreskowym typu Quick Response Matrix, służący do stosowania publicznych oświadczeń FSC o materiałach użytych w produkcji, umieszczany na produkcie, dołączany do produktu lub jego opakowania.

**Czytelny (Legible):** Pojęcie używane do określenia przejrzystości i łatwości odczytu przez konsumentów.

**Przedstawiciel kierownictwa (Management representative):** osoba wyznaczona przez organizację, która posiada stosowne uprawnienia i odpowiada w organizacji za wdrożenie systemu zarządzania znakami towarowymi zgodnego z wymaganiami. Osoba ta nadzoruje prawidłowe używanie znaków towarowych FSC, zapewniając zgodność wewnętrznych procesów, komunikacji i aprobat związanych z użyciem znaku towarowego z niniejszym standardem.

**Wstęga Moebiusa (Moebius loop):** znak składający się z trzech strzałek tworzących wstęgę. Procentowa wartość użyta wraz z wstęgą Moebiusa wskazuje udział materiałów pochodzących z recyklingu wykorzystanych w produkcji.

**Poza obrotem handlowym (Outside the course of trade):** Pojęcie odnosi się do wykorzystania znaków towarowych FSC poza zwykłą działalnością handlową lub gospodarczą związaną ze sprzedażą towarów lub usług. Takie działania niekomercyjne obejmują między innymi dokumenty wewnętrzne, prezentacje wewnętrzne lub szkolenia wewnętrzne.

**Użycie znaków towarowych na produkcie (On product trademark use):** Odnosi się do umieszczania znaków towarowych FSC na produktach z certyfikatem FSC.

**Rodzaj produktu (Product type):** Dla celów niniejszego standardu, pojęcie to oznacza listę opisów certyfikowanych materiałów lub elementów umieszczanych na etykiecie produktowej, takich jak „drewno” lub „korek”. Lista jest dostępna w FSC Brand Hub.

**Artykuł promocyjny nieprzeznaczony do sprzedaży (Promotional item not-for-sale):** wszelkie artykuły stworzone w celu promowania organizacji jako posiadacza certyfikatu FSC, ale nieprzeznaczone do sprzedaży w transakcjach między przedsiębiorstwami a konsumentami. To między innymi upominki eventowe, próbki, gadżety, ołówki, kubki, zeszyty, terminarze, koszulki i torby na zakupy.

**Materiały promocyjne (Promotional material):** wszelkie treści lub rzeczy stworzone w celu promowania produktów i/lub materiałów z certyfikatem FSC, statusu posiadacza certyfikatu FSC lub promowania pozytywnego wpływu na środowisko w oparciu o deklaracje dotyczące usług ekosystemowych, dla posiadaczy certyfikatów, którzy wdrożyli standard <FSC-PRO-30-006 Procedura FSC dla usług ekosystemowych: Demonstracja wpływu i narzędzia rynkowe >. To między innymi broszury, katalogi, filmy, strony internetowe, plakaty, banery, posty w mediach społecznościowych i kampanie.

**Promocyjne użycie znaków towarowych (Promotional trademark use):** Odnosi się do umieszczania znaków towarowych FSC na materiałach promocyjnych lub artykułach promocyjnych nieprzeznaczonych do sprzedaży.

**Media społecznościowe (Social media):** platforma cyfrowa lub aplikacja, która umożliwia użytkownikom tworzenie i udostępnianie treści oraz interakcję z treściami i między użytkownikami. Takie platformy

ułatwiają komunikację, współpracę i wymianę informacji w różnych formatach, w tym tekstowym, obrazowym, wideo i audio.

**Post w mediach społecznościowych (Social media – Post):** Treści publikowane na platformach mediów społecznościowych, które obejmują własny tekst, obrazy, karuzelę obrazów, filmy, linki, relacje, historie, treści na żywo lub inne media. Pojęcie nie obejmuje informacji ani opisu konta lub profilu w mediach społecznościowych (np. biografii w mediach społecznościowych).

**System zarządzania znakami towarowymi (Trademark use management system):** Zbiór procedur opisanych w Załączniku 1 do niniejszego standardu, stosowany przez posiadacza certyfikatu jako alternatywa dla zgłaszania wykorzystania znaku towarowego do aprobaty przez odpowiednią jednostkę certyfikującą.

**Dostawca usług w zakresie znaków towarowych (Trademark service provider):** Krajowe lub regionalne biuro FSC wyznaczone przez FSC do udzielania licencji na używanie znaków towarowych FSC na określonym terytorium do celów promocyjnych oraz do świadczenia usług, takich jak zatwierdzanie używania znaków towarowych FSC dla posiadaczy licencji promocyjnych.

**Serwis internetowy (Website):** zbiór powiązanych stron internetowych, zazwyczaj identyfikowanych wspólną nazwą domeny, które są dostępne w Internecie. Serwis internetowy obejmuje różne konkretne strony lub zasoby pod tym samym adresem URL.

#### Formy czasownikowe do wyrażania postanowień:

[Na podstawie *dyrektyw ISO/IEC część 2 Zasady i reguły dotyczące struktury i redagowania dokumentów ISO i IEC*]

- „shall” [należy, jest zobowiązany, musi; zaprzeczenie *shall not – nie może*]: wskazuje wymagania, których należy bezwzględnie przestrzegać, by zachować zgodność ze standardem.
- „should” [powinien]: wskazuje na tę spośród kilku możliwości, która jest rekomendowana jako preferowana, bez wspomnienia ani wykluczania innych, lub że jakiś sposób postępowania jest preferowany, ale niekoniecznie wymagany. Wymóg wyrażony czasownikiem „powinien” może być spełniony w równoważny sposób, pod warunkiem, że można to wykazać i uzasadnić.
- „may” [może]: wskazuje na sposób postępowania, który jest dopuszczalny w ramach wyznaczonych przez dokument.
- „can” [jest możliwe, umożliwia]: stosuje się do wyrażenia możliwości i zdolności materialnej, fizycznej bądź przyczynowej.

## D. SKRÓTY

**FSC** Forest Stewardship Council

**Mm** Milimetr

# CZĘŚĆ 1: WYMAGANIA OGÓLNE

## 1. Podstawowe wymagania dotyczące stosowania znaków towarowych FSC

- 1.1. Forest Stewardship Council (FSC) jest właścicielem następujących znaków towarowych:
- (a) nazwa „Forest Stewardship Council”
  - (b) skrót „FSC”
  - (c) logo FSC



- 1.2. Aby móc wykorzystywać znaki towarowe FSC, organizacja musi posiadać ważną umowę licencyjną na korzystanie ze znaków towarowych FSC oraz ważny certyfikat.
- 1.3. Organizacja jest zobowiązana etykietować i promować wyłącznie produkty, które są ujęte w zakresie certyfikacji i spełniają wymagania dotyczące etykietowania określone w <FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu>.
- 1.4. Organizacja jest zobowiązana umieszczać kod licencyjny na korzystanie ze znaków towarowych FSC przypisany przez FSC co najmniej raz na każdym produkcie lub materiale promocyjnym, w którym wykorzystuje znaki towarowe FSC. Wyjątek dotyczący promocji w mediach społecznościowych opisano w klauzuli 6.4.
- 1.5. Organizacja jest zobowiązana używać symbolu rejestracji znaku towarowego (® lub ™) w prawym górnym rogu obok znaków towarowych FSC. Wyjątek dotyczący promocji w mediach społecznościowych i e-commerce opisano w klauzulach 6.5 i 6.8.
- 1.6. Organizacja musi wybrać symbol rejestracji na podstawie następujących warunków:
- 1.6.1. Organizacja musi użyć prawidłowego symbolu rejestracji (® lub ™) przy pierwszym lub najbardziej widocznym użyciu nazwy „Forest Stewardship Council” i skrótu „FSC”, w zależności od kraju (krajów) dystrybucji.
  - 1.6.2. Organizacja musi użyć prawidłowego symbolu rejestracji (® lub ™) przy każdym użyciu logo FSC, etykiet FSC i wzorów paneli promocyjnych, w zależności od kraju (krajów) dystrybucji.
  - 1.6.3. Organizacja musi określić prawidłowy symbol rejestracji (® lub ™) na liście rejestracji znaków towarowych (Trademark Registration List) udostępnionej przez FSC w FSC Brand Hub.
- UWAGA: W przypadku logo FSC, etykiet FSC i wzorów paneli promocyjnych prawidłowy symbol rejestracji zostanie automatycznie wybrany podczas pobierania znaków towarowych FSC z FSC Brand Hub w oparciu o kraj (kraje) dystrybucji.
- 1.7. Organizacja musi posiadać zatwierdzony system zarządzania znakami towarowymi lub przedłożyć wszystkie planowane zastosowania znaków towarowych FSC do aprobaty przez jednostkę certyfikującą przed ich użyciem.

UWAGA: Nie jest wymagane uzyskanie aprobaty w przypadku wstępnie zatwierdzonych formatów ogólnych (np. szablonów), które mają zastosowanie do szeregu produktów lub materiałów promocyjnych o zmiennych wzorach, pod warunkiem, że są spełnione wszystkie poniższe warunki:

- a) Etykieta FSC jest umieszczana na tym samym rodzaju produktu bez żadnych modyfikacji (np. tytuł etykiety, rodzaj produktu lub rozmiar etykiety pozostają niezmienione). To samo dotyczy wzorów promocyjnych FSC wykorzystywanych w materiałach promocyjnych.
  - b) Różnorodne wzory nie kolidują z umieszczeniem etykiety FSC ani wzorów promocyjnych FSC.
  - c) We wzorze nie pojawiają się żadne dodatkowe znaki towarowe FSC (np. nazwa „Forest Stewardship Council”, skrót „FSC”), z wyjątkiem tych, które są już zawarte w zatwierdzonym szablonie.
- 1.8. Organizacja jest zobowiązana zapoznać się z Załącznikiem 1 do niniejszego standardu, w którym określono wymagania dotyczące uzyskania zatwierdzonego systemu zarządzania znakami towarowymi.
  - 1.9. Organizacja posiadająca certyfikat grupowy i wielooddziałowy jest zobowiązana zapoznać się z Załącznikiem 2 do niniejszego standardu, w którym określono dodatkowe wymagania dotyczące używania znaków towarowych FSC.
  - 1.10. Organizacja posiadająca certyfikat dla projektu jest zobowiązana zapoznać się z Załącznikiem 3 do niniejszego standardu, w którym określono dodatkowe wymagania dotyczące używania znaków towarowych FSC.
  - 1.11. Organizacja musi przestrzegać wymagań dotyczących etykietowania (oznakowania) i przepisów z zakresu ochrony konsumentów w krajach, w których promuje, dystrybuje lub sprzedaje produkty z certyfikatem FSC oraz materiały promocyjne.

## **CZĘŚĆ 2: STOSOWANIE ETYKIET FSC NA PRODUKTACH**

Etykieta FSC umożliwia posiadaczom certyfikatów wykazanie, że oferowane przez nich produkty posiadają certyfikat FSC, co ułatwia konsumentom ich zidentyfikowanie i wybranie. Chociaż etykietowanie jest opcjonalne, pozwala zdobyć zaufanie konsumentów, wzmocnić markę posiadaczy certyfikatów i w pełni wykorzystać wartość certyfikacji FSC.

### **2. Wybór etykiety FSC**

- 2.1. Organizacja jest zobowiązana wybierać i stosować odpowiednią etykietę FSC na produktach z certyfikatem FSC, odpowiadającą danemu oświadczeniu FSC:

FSC 100%



FSC MIESZANY



FSC RECYKLING



2.2. Organizacja jest zobowiązana używać etykiet FSC pobranych z portalu FSC Brand Hub.

UWAGA: Lista rodzajów produktów (np. „papier”, „drewno”) znajduje się na portalu FSC Brand Hub. Kategorie celowo są szerokie, a lista nie jest wyczerpująca. Jest możliwe skontaktowanie się organizacji z FSC za pośrednictwem jednostki certyfikującej z prośbą o dodanie nowego rodzaju produktu.

### 3. Wybór elementów etykiety FSC

3.1. Organizacja jest zobowiązana umieszczać następujące elementy na etykiecie FSC:



3.2. Organizacja może umieścić na etykiecie FSC maksymalnie trzy różne rodzaje produktów, jeśli produkt zawiera kilka rodzajów materiałów z certyfikatem FSC.

3.3. Organizacja musi dołączyć dodatkowe oświadczenie wyjaśniające, które elementy posiadają certyfikat FSC, jeżeli nie jest to jednoznaczne na podstawie rodzaju produktu podanego na etykiecie.

3.4. Organizacja nie może używać nazw produktów do określenia rodzaju produktu.

3.5. Organizacja może używać wstęgi Moebiusa na etykietach FSC MIESZANY i FSC RECYKLING.

3.6. W przypadku użycia wstęgi Moebiusa zawsze należy podawać wartość procentową. Podana wartość musi odzwierciedlać sumę zawartości odpowiednich materiałów odzyskanych, co jest

możliwe do potwierdzenia za pomocą systemów kontroli łańcucha pochodzenia produktu FSC określonych w <[FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu](#)>.

### Etykieta FSC z kodem QR

- 3.7. Organizacja może stosować etykietę FSC z kodem QR jako alternatywę dla etykiet FSC wskazanych w klauzulach 2.1.
- 3.8. Organizacja musi umieszczać następujące elementy na etykiecie FSC z kodem QR:



UWAGA: Elementy etykiety wskazane w klauzuli 3.1 są wyświetlane na stronie internetowej FSC, do której można uzyskać dostęp po zeskanowaniu etykiety FSC z kodem QR.

## 4. Wymagania dotyczące etykietowania

- 4.1. Organizacja jest zobowiązana stosować etykietę FSC wyłącznie w przypadku, gdy wszystkie części produktu pochodzenia leśnego są objęte zakresem certyfikacji FSC, zgodnie ze standardem <[FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu](#)>.

UWAGA: Etykieta FSC może odnosić się do produktu, opakowania lub obu tych elementów. Opakowanie wykonane z materiałów pochodzenia leśnego jest traktowane jako oddzielny produkt.

- 4.2. Organizacja powinna umieszczać etykietę FSC w widocznym miejscu na produkcie, jego opakowaniu lub na obu tych elementach.
- 4.3. Organizacja może umieszczać dodatkowe znaki towarowe FSC lub dodatkowe odniesienia do FSC na produkcie tylko wtedy, gdy etykieta produktowa jest widoczna dla konsumenta w miejscu sprzedaży (tj. etykieta jest dostępna bez konieczności uszkodzenia opakowania sprzedażowego).
- 4.4. Organizacja musi umieścić kod licencyjny FSC obok każdego dodatkowego znaku towarowego FSC umieszczonego bezpośrednio na produkcie, gdy etykieta FSC znajduje się na opakowaniu.
- 4.5. Organizacja może zawrzeć umowy dotyczące etykietowania z jednym lub wieloma posiadaczami certyfikatów. Na podstawie umowy wskazany w niej posiadacz certyfikatu może etykietować produkty etykietą z kodem licencyjnym organizacji. Organizacja i inni posiadacze certyfikatów muszą spełniać następujące warunki, aby zawrzeć umowę dotyczącą etykietowania:
  - a) produkty, które mają być etykietowane, muszą być objęte zakresem certyfikacji organizacji i wskazanych w umowie posiadaczy certyfikatu;
  - b) wszystkie organizacje muszą poinformować swoje jednostki certyfikujące na piśmie o umowie przed jej zastosowaniem;
  - c) informacje przekazane jednostkom certyfikującym obejmują:

- i) grupę produktów;
- ii) kod licencyjny objęty umową dotyczącą etykietowania;
- iii) wskazanego w umowie posiadacza certyfikatu, który będzie stosował etykietę FSC z kodem licencyjnym objętym umową dotyczącą etykietowania;
- iv) jednostkę certyfikującą, która będzie aprobowała użycie znaku towarowego;
- d) wskazany w umowie posiadacz certyfikatu jest zobowiązany stosować kod licencyjny organizacji wyłącznie na produktach objętych umową dotyczącą etykietowania.

UWAGA 1: Jeżeli stosowany jest system zarządzania znakami towarowymi, informacje przekazywane jednostkom certyfikującym muszą obejmować nazwę posiadacza certyfikatu, który będzie aprobował wykorzystanie znaku towarowego.

UWAGA 2: Wskazany w umowie posiadacz certyfikatu może korzystać z usług wykonawców w zakresie etykietowania, zgodnie ze standardem <FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu>.

## **CZĘŚĆ 3. PROMOWANIE PRODUKTÓW Z CERTYFIKATEM FSC I CERTYFIKACJI FSC**

Posiadacze certyfikatów mogą używać znaków towarowych FSC do promowania swoich produktów z certyfikatem FSC oraz faktu, że posiadają certyfikat, za pośrednictwem różnych kanałów, takich jak strony internetowe, media społecznościowe, platformy e-commerce, katalogi i artykuły promocyjne nieprzeznaczone do sprzedaży. Zachęca się również zarządców lasów do promowania swoich lasów z certyfikatem FSC i statusu certyfikacji za pośrednictwem stron internetowych, oznakowania w terenie i innych odpowiednich środków.

### **5. Elementy promocyjne**

- 5.1. Organizacja może promować swoje produkty z certyfikatem FSC oraz status posiadacza certyfikatu FSC za pomocą znaków towarowych FSC.

UWAGA 1: Wymagania dotyczące promowania pozytywnego wpływu na środowisko w oparciu o oświadczenia dotyczące usług ekosystemowych zamieszczono w dokumencie <FSC-PRO-30-006 Procedura FSC dla usług ekosystemowych: Demonstracja wpływu i narzędzia rynkowe>.

UWAGA 2: Przykłady oświadczeń promocyjnych można znaleźć w dokumencie <FSC-STD-50-001a Oświadczenia promocyjne dla posiadaczy certyfikatów>.

- 5.2. Organizacja jest zobowiązana uwzględnić następujące elementy podczas promocji z wykorzystaniem wzoru panelu promocyjnego FSC:



UWAGA: Inne przykłady treści panelu można znaleźć na platformie FSC Brand Hub.

- 5.3. Organizacja jest zobowiązana używać wzorów paneli promocyjnych pobranych z platformy FSC Brand Hub.
- 5.4. Organizacja jest zobowiązana umieścić kod licencyjny FSC i oświadczenie promocyjne co najmniej raz w każdym materiale promocyjnym, gdy używa samodzielnych znaków towarowych FSC poza wzorem panelu promocyjnego.

## 6. Wymagania dotyczące wykorzystania znaków towarowych FSC w celach promocyjnych

- 6.1. Organizacja jest zobowiązana wskazać produkty z certyfikatem FSC, gdy w tym samym materiale promocyjnym wymienia zarówno produkty z certyfikatem FSC, jak i niecertyfikowane.

UWAGA: Organizacja może wskazać, że niektóre produkty są dostępne jako produkty z certyfikatem FSC na żądanie, pod warunkiem, że są one dostępne w ramach ważnego certyfikatu i jasno zaznaczono, iż będą one dostarczane jako produkty z certyfikatem FSC tylko na żądanie klienta.

- 6.2. Organizacja powinna rozprawdzać artykuły promocyjne nieprzeznaczone do sprzedaży, opatrzone znakami towarowymi FSC, wykonane w całości lub częściowo z materiałów pochodzenia leśnego, tylko jeżeli spełniają odpowiednie wymagania dotyczące etykietowania określone w <FSC-STD-40-004 Certyfikacja łańcucha pochodzenia produktu>.
- 6.3. W celu promowania sprzedaży lub pozyskiwania materiałów kontrolowanych lub Drewna Kontrolowanego FSC organizacja jest zobowiązana używać wyłącznie oświadczeń przedstawionych w <FSC-STD-50-001a Oświadczenia promocyjne dla posiadaczy certyfikatów>.

### Promocja w mediach społecznościowych

- 6.4. Organizacja może pominąć elementy promocyjne wymienione w klauzuli 5.4 realizując działania promocyjne z wykorzystaniem skrótu „FSC” i nazwy „Forest Stewardship Council” w mediach społecznościowych, jeśli post w mediach społecznościowych zawiera adres zewnętrznej strony internetowej, na której widoczne są elementy obowiązkowe.
- 6.5. Organizacja może pominąć symbol rejestracji podczas promowania za pomocą znaków towarowych „FSC” i „Forest Stewardship Council” w postach w mediach społecznościowych.

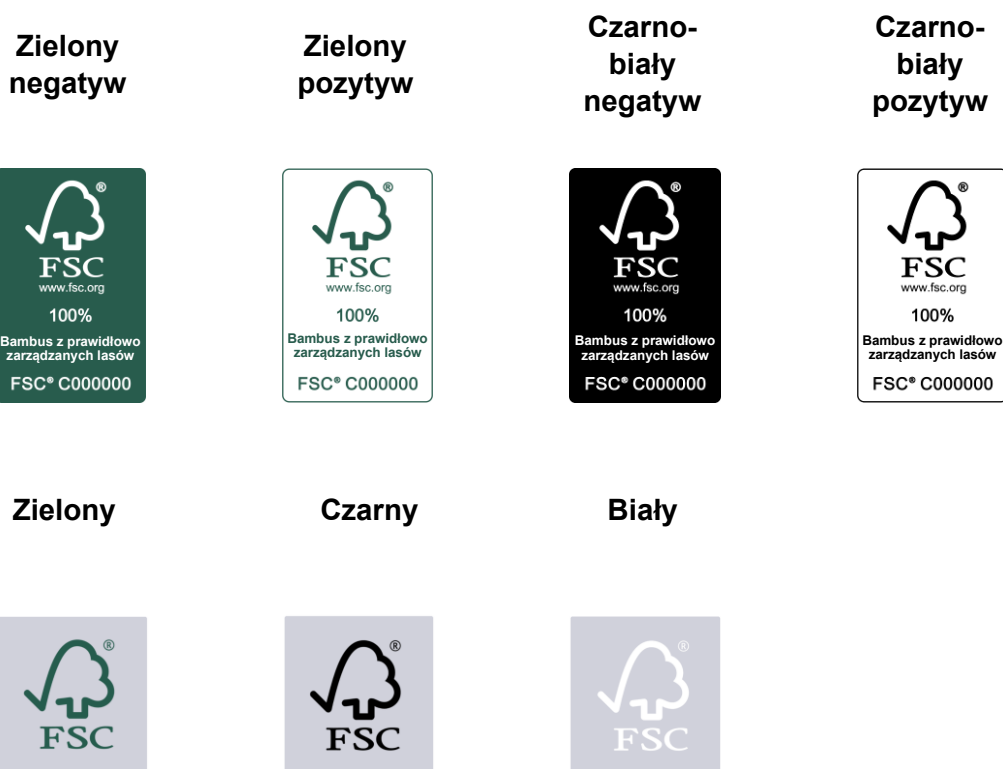
## Promocja na platformach e-commerce

- 6.6. Organizacja musi uwzględniać elementy promocyjne wymienione w klauzuli 5.4 w ofercie produktu w przypadku promowania swoich produktów z certyfikatem FSC za pomocą znaków towarowych FSC na platformach e-commerce.
- 6.7. Organizacja musi wskazać, że produkt jest „z certyfikatem FSC”, jeżeli w tytule produktu w ofercie e-commerce używany jest skrót „FSC” lub nazwa „Forest Stewardship Council”.
- 6.8. Organizacja może pominąć symbol rejestracji, gdy używa skrótu „FSC” lub nazwy „Forest Stewardship Council” na platformach e-commerce.

## CZĘŚĆ 4: ZASADY GRAFICZNE DOTYCZĄCE ETYKIETOWANIA I PROMOCJI

### 7. Etykiety produktowe FSC i logo FSC

7.1. Organizacja powinna stosować etykiety FSC i logo FSC w następujących wariantach kolorystycznych:



7.2. Organizacja może używać etykiety FSC i logo FSC w dowolnym kolorze, pod warunkiem, że zapewniony jest czytelny kontrast z tłem.

UWAGA: Przezroczyste etykiety produktowe mogą być używane, o ile tło nie zakłóca czytelności obowiązkowych elementów.

7.3. Organizacja może używać etykiet FSC w układzie pionowym lub poziomym.

7.4. Organizacja jest zobowiązana używać etykiety FSC w rozmiarze zapewniającym czytelność wszystkich elementów. Minimalny rozmiar etykiety FSC musi wynieść:

a) w układzie pionowym: 8 mm szerokości;

b) w układzie poziomym: 5 mm wysokości.

7.5. Organizacja może zastosować układ elementów etykiety FSC w jednej linii, jeśli drukowanie wzoru etykiety w wielu liniach jest technicznie niemożliwe. Organizacja musi dopilnować, aby wszystkie elementy były czytelne i wyrównane względem logo FSC.

UWAGA: Określenie „technicznie niemożliwe” oznacza, że ze względu na ograniczoną powierzchnię drukowania nie jest możliwe zastosowanie standardowego wzoru etykiety FSC bez pogorszenia czytelności lub umożliwienia wykonalności produkcji.



- 7.6. Organizacja jest zobowiązana stosować logo FSC w rozmiarze zapewniającym czytelność wszystkich elementów. Minimalny rozmiar logo FSC musi wynieść 4 mm wysokości. Dotyczy to również sytuacji, gdy logo FSC jest stosowane jako część wzoru panelu promocyjnego lub układu jednowierszowego.

UWAGA: W przypadku wykorzystania na platformach cyfrowych logo FSC musi być wyraźnie czytelne i niezamazane na wszystkich platformach, urządzeniach i rozdzielczościach ekranu przy 100% rozmiarze wyświetlania.

- 7.7. Organizacja jest zobowiązana zapewnić, aby nie dochodziło do nakładania się lub stykania etykiety FSC, panelu promocyjnego lub logo FSC z sąsiednimi elementami graficznymi lub tekstowymi, zachowując ich wizualną odrębność.
- 7.8. Organizacja może używać ramki wokół etykiety FSC. W przypadku gdy ramka nie jest stosowana, elementy etykiety nie mogą być zmieniane ani rozdzielane.

## 8. Etykieta FSC z kodem QR

- 8.1. Organizacja powinna stosować etykietę FSC z kodem QR w następujących wariantach kolorystycznych:

**Zielony  
negatyw**



**Zielony  
pozytyw**



**Czarno-biały  
negatyw**



**Czarno-biały  
pozytyw**



- 8.2. Organizacja może stosować etykietę FSC z kodem QR w układzie pionowym lub poziomym.
- 8.3. Organizacja jest zobowiązana używać etykiety FSC z kodem QR w rozmiarze zapewniającym czytelność przez urządzenia skanujące. Minimalny rozmiar etykiety FSC z kodem QR musi wynieść:
- w układzie pionowym: 12 mm szerokości;
  - w układzie poziomym: 15 mm wysokości.
- 8.4. Organizacja nie może używać etykiety FSC z kodem QR na tle lub powierzchni, która sprawia, że etykieta jest nieczytelna dla urządzenia skanującego.
- 8.5. Organizacja musi umieścić etykietę FSC z kodem QR na płaskich powierzchniach, które zapewniają jej czytelność dla urządzeń skanujących.
- 8.6. Organizacja musi zapewnić wystarczającą ilość przestrzeni wokół etykiety FSC z kodem QR wolnej od wszelkich innych elementów w ramach tego samego projektu, tak aby kod był czytelny dla urządzenia skanującego.

- 8.7. Organizacja może zastosować ramkę wokół etykiety FSC z kodem QR. W przypadku gdy ramka nie jest stosowana, elementy etykiety nie mogą być zmieniane ani rozdzielane.
- 8.8. Organizacja może umieścić dodatkowe oświadczenia promocyjne obok etykiety FSC z kodem QR, np. „Zeskanuj ten kod, aby dowiedzieć się więcej o naszym [produkcie] z certyfikatem FSC”.

# CZĘŚĆ 5: OGRANICZENIA DOTYCZĄCE UŻYWANIA ZNAKÓW TOWAROWYCH

## 9. Ograniczenia dotyczące używania znaków towarowych FSC

- 9.1. Organizacja nie może używać znaków towarowych FSC:
- a) w sposób sugerujący, że FSC popiera działania realizowane przez organizację poza zakresem certyfikacji, uczestniczy w nich lub ponosi za nie odpowiedzialność;
  - b) w sposób, który mógłby budzić wątpliwości, prowadzić do błędnej interpretacji lub utraty wiarygodności systemu certyfikacji FSC;
  - c) w celu promowania cech jakościowych produktu, które nie są objęte zakresem certyfikacji FSC;
  - d) w markach produktów, nazwach firm lub nazwach domen internetowych;
  - e) jako czasowników;
  - f) jako części sloganów własnych organizacji;
  - g) jako nazwy kont w mediach społecznościowych;
  - h) w sposób sugerujący, że FSC jest producentem lub sprzedawcą produktu.
- 9.2. Organizacja nie może zastępować nazwy „Forest Stewardship Council” tłumaczeniem. Tłumaczenie można umieścić w nawiasach po nazwie:
- Forest Stewardship Council® (tłumaczenie).
- 9.3. Organizacja nie może używać logo FSC do promowania materiałów kontrolowanych lub Drewna Kontrolowanego FSC.
- 9.4. Organizacja nie może używać znaków towarowych FSC na produkcie bez umieszczenia na produkcie lub jego opakowaniu etykiety produktowej FSC.
- 9.5. Organizacja nie może używać innych znaków certyfikacji leśnej wraz ze znakami towarowymi FSC, jeśli są one przedstawione w sposób, który:
- a) stawia FSC w niekorzystnej pozycji pod względem wielkości lub umiejscowienia obok znaków innych systemów certyfikacji leśnej;
  - b) sugeruje, że FSC popiera bądź zatwierdza inne systemy certyfikacji lasów lub jest z nimi formalnie powiązane;
  - c) sugeruje, że inne systemy certyfikacji leśnej spełniają te same standardy i wymagania co FSC.
- 9.6. Organizacja nie może:
- a) zmieniać proporcji jakichkolwiek wzorów;
  - b) zmieniać ani dodawać treści do jakichkolwiek wzorów poza określonymi elementami;
  - c) sprawiać, aby FSC wydawało się częścią innych informacji, takich jak oświadczenia dotyczące ochrony środowiska, które nie mają związku z certyfikacją FSC;
  - d) zmieniać kształtu obramowania lub tła etykiety FSC lub etykiety FSC z kodem QR;
  - e) łączyć znaków towarowych FSC lub wzorów FSC z innymi znakami towarowymi w sposób sugerujący powiązanie;

- f) nakładać sąsiednich elementów graficznych lub tekstowych na etykietę FSC lub logo FSC (patrz klauzula 7.7);
- g) umieszczać etykiety FSC lub innych wzorów na tle, które utrudnia czytelność elementów obowiązkowych.
- h) umieszczać znaków towarowych FSC w sposób wprowadzający w błąd co do tego, do czego się odnoszą.

**Organizacja nie może:**

**a**



**b**



**c**



**d**



**e**



**f**



**g**



**h**



## Załącznik 1. System zarządzania znakami towarowymi

1. Organizacja może wdrożyć system zarządzania znakami towarowymi, spełniający wszystkie warunki określone w niniejszym Załączniku.
2. Organizacja musi uzyskać zgodę swojej jednostki certyfikującej na użycie systemu zarządzania znakami towarowymi, zanim będzie mogła zacząć go stosować, wykazując zgodność z wymaganiami określonymi w klauzuli 3 niniejszego Załącznika.

UWAGA: Wdrożenie systemu zarządzania znakami towarowymi nie zwalnia jednostki certyfikującej z obowiązku weryfikacji prawidłowego wykorzystania znaków towarowych FSC. W niejednoznacznych lub złożonych przypadkach organizacja może nadal zwracać się o wskazówki do swojej jednostki certyfikującej lub prosić ją o aprobaty na użycia znaku towarowego.

3. Organizacja musi wdrożyć i utrzymywać system zarządzania znakami towarowymi odpowiedni do wielkości i złożoności organizacji, obejmujący następujące elementy:
  - a) wyznaczenie co najmniej jednego przedstawiciela kierownictwa, który będzie ponosić ogólną odpowiedzialność i posiadać stosowne uprawnienia, aby móc zapewnić, że organizacja przestrzega wszystkich obowiązujących wymagań dotyczących znaków towarowych;
  - b) wdrożenie i bieżąca aktualizacja udokumentowanej procedury kontroli znaków towarowych w organizacji;
  - c) wskazanie personelu odpowiedzialnego za wdrożenie każdej procedury;
  - d) przeszkolenie wskazanych pracowników w zakresie aktualnej wersji procedur organizacji, tak aby zapewnić im kompetencje w odniesieniu do wdrażania systemu zarządzania znakami towarowymi;
  - e) wskazanie co najmniej jednej osoby wyznaczonej do nadzorowania użycia znaków towarowych FSC, pełniącej funkcję wewnętrznego aprobującego wykorzystanie znaków towarowych FSC
  - f) zapewnienie, że osoba wyznaczona do nadzorowania użycia znaków towarowych pomyślnie ukończyła kurs online „FSC Trademark Training Course for Certificate Holders” (dostępny na stronie [etraining.fsc.org](http://etraining.fsc.org)). Jeśli osoba wyznaczona do nadzorowania użycia znaków towarowych nie zna żadnego z języków, w których dostępny jest kurs online FSC, może ukończyć podobny kurs dotyczący używania znaków towarowych FSC, który obejmuje co najmniej tę samą treść, oraz zdać egzamin lub uzyskać certyfikat potwierdzający ukończenie kursu.
  - g) prowadzenie kompletnej i aktualnej dokumentacji aprobat użycia znaków towarowych, którą należy przechowywać przez co najmniej pięć lat.
4. Organizacja jest zobowiązana zrezygnować z korzystania z systemu zarządzania znakami towarowymi, jeśli systematycznie nieprawidłowo sprawuje nadzór nad stosowaniem znaku towarowego FSC, co przejawia się potwierdzonymi przypadkami niezgodności związanych ze stosowaniem znaków towarowych, które stwierdziła jednostka certyfikująca podczas audytów lub na podstawie ustaleń audytu wewnętrznego.
5. Organizacja może dobrowolnie zawiesić stosowanie systemu zarządzania znakami towarowymi, powiadamiając o tym swoją jednostkę certyfikującą. Organizacja jest zobowiązana poinformować swoją jednostkę certyfikującą przed rozpoczęciem okresu zawieszenia i wskazać czas jego trwania (tymczasowe lub stałe). W okresie zawieszenia systemu zarządzania znakami towarowymi organizacja jest zobowiązana przedkładać swojej jednostce certyfikującej wszystkie nowe zamierzone zastosowania znaków towarowych FSC.

6. Organizacja może wznowić stosowanie systemu zarządzania znakami towarowymi po zakończeniu okresu zawieszenia, pod warunkiem uzyskania zgody jednostki certyfikującej i dostarczenia dodatkowych informacji, zgodnie z rodzajem zawieszenia określonym poniżej:
- a) W przypadku zawieszenia przez jednostkę certyfikującą w wyniku ustaleń audytowych organizacja musi wykazać zastosowanie działań korygujących i przedstawić przykład (przykłady) prawidłowego użycia znaków towarowych FSC przed wznowieniem ich używania.
  - b) W przypadku zawieszenia dobrowolnego organizacja może wznowić stosowanie systemu zarządzania znakami towarowymi, jeżeli wykaże, że zachowuje zgodność z wymaganiami określonymi w klauzuli 3 niniejszego Załącznika.

## Załącznik 2. Dodatkowe wymagania dla posiadaczy certyfikatów grupowych i wielooddziałowych

1. Podmiot grupowy (lub kierownik, biuro centralne bądź oddział) jest zobowiązany dopilnować, aby wszelkie przypadki użycia znaków towarowych FSC przez podmiot grupowy lub jego poszczególnych członków zostały zaaprobowane przez jednostkę certyfikującą przed użyciem lub że grupa i jej członkowie posiadają zatwierdzony system zarządzania znakami towarowymi.
2. Możliwe jest uzgodnienie między organizacją a odpowiednią jednostką certyfikującą najbardziej odpowiedniej metody składania wniosków o aprobaty użycia znaku towarowego.

### Wskazówki informacyjne dotyczące systemu zarządzania znakami towarowymi dla posiadaczy certyfikatów grupowych i wielooddziałowych

Wszystkie wymagania dotyczące systemu zarządzania znakami towarowymi zawarte w Załączniku 1 mają zastosowanie do posiadaczy certyfikatów grupowych i wielooddziałowych. Kierownik odpowiedzialny za certyfikat może wyznaczyć role przedstawiciela kierownictwa i osoby nadzorującej użycie znaków towarowych w systemie zarządzania znakami towarowymi w oparciu o wielkość i złożoność organizacji. Role te mogą być pełnione w różnych konfiguracjach, np.:

- Kierownik odpowiedzialny za certyfikat pełni funkcję zarówno przedstawiciela kierownictwa, jak i osoby nadzorującej użycie znaków towarowych, aprobującej wykorzystanie znaków towarowych dla wszystkich członków grupy.
- Kierownik odpowiedzialny za certyfikat pełni funkcję przedstawiciela kierownictwa, natomiast osoby nadzorujące użycie znaków towarowych są wskazywane na poziomie członków.
- Kierownik odpowiedzialny za certyfikat pełni funkcję zarówno przedstawiciela kierownictwa, jak i osoby nadzorującej użycia znaków towarowych dla członków, którzy nie mają wskazanej takiej osoby. Jednocześnie dla poszczególnych członków mogą być wskazane inne osoby nadzorujące użycia znaków towarowych.
- Przedstawiciel kierownictwa jest wyznaczany niezależnie od roli kierownika odpowiedzialnego za certyfikat a na poziomie członków grupy wskazuje się wiele osób nadzorujących użycia znaków towarowych.

3. Do obowiązków podmiotu grupowego (lub kierownika bądź biura centralnego) należy dopilnowanie, aby członkowie grupy prowadzili rejestr aprobat użycia znaku towarowego.
4. Podmiot grupowy (lub kierownik bądź biuro centralne) może tworzyć materiały promocyjne dla swoich członków lub zakładów, potwierdzające, że są objęte certyfikacją grupową lub wielozakładową.

UWAGA: Definicje podmiotu grupowego, kierownika odpowiedzialnego za certyfikat, biura centralnego, członków grupy i oddziałów zamieszczono w dokumentach <[FSC-STD-30-005 Standard FSC dla grupowej certyfikacji gospodarki leśnej](#)> oraz <[FSC-STD-40-003 Wielozakładowa certyfikacja łańcucha kontroli pochodzenia produktu](#)>.

## Załącznik 3. Dodatkowe wymagania dotyczące certyfikacji projektów FSC

1. Organizacja może promować swój projekt certyfikowany FSC oraz status posiadacza certyfikatu FSC za pomocą znaków towarowych FSC.
2. Organizacja może wykorzystywać znaki towarowe FSC do promowania certyfikacji swoich projektów w materiałach promocyjnych.

UWAGA: Oprócz serwisów internetowych, katalogów itp., w tym przypadku materiały promocyjne obejmują również promocję na miejscu, oznakowanie, rusztowania lub podobnego rodzaju ekspozycję.

3. Organizacja jest zobowiązana uwzględnić następujące elementy w przypadku promocji z wykorzystaniem znaków towarowych FSC:
  - a) Co najmniej jeden ze znaków towarowych FSC: nazwę „Forest Stewardship Council”, skrót „FSC” lub logo FSC, patrz klauzula 1.1
  - b) Kod licencji FSC
  - c) Oświadczenie promocyjne

UWAGA: Oświadczenia promocyjne są dostępne w dokumencie <FSC-STD-50-001a Oświadczenia promocyjne dla posiadaczy certyfikatów>.

### Ograniczenia

4. Organizacja nie może wykorzystywać znaków towarowych FSC do promowania innych podmiotów (np. członków projektu) zaangażowanych w projekt.

UWAGA: Definicję członka projektu określono w dokumencie <FSC-STD-40-006 Standard FSC dla certyfikacji projektów>.

5. Organizacja posiadająca jednorazowy certyfikat dla projektu nie może promować projektu certyfikowanego FSC przed jego zakończeniem.
6. Organizacja nie może promować projektów certyfikowanych FSC za pomocą znaków towarowych FSC po wygaśnięciu certyfikacji projektu zgodnie z dokumentem <FSC-STD-40-006 Standard FSC dla certyfikacji projektów> lub po sprzedaży projektu. Organizacja może skontaktować się z dostawcą usług w zakresie znaków towarowych FSC w celu uzyskania licencji na promocję, aby kontynuować promocję za pomocą znaków towarowych FSC po wygaśnięciu certyfikacji projektu.
7. Zgodnie ze standardem <FSC-STD-40-006 Standard FSC dla certyfikacji projektów> organizacja może używać logo FSC, nazwy „Forest Stewardship Council” lub skrótu „FSC” w odniesieniu do wartości procentowych tylko wtedy, gdy wartość ta wynosi 50% lub więcej. W przypadku wartości procentowych niższych niż 50% promocja może być realizowana w formie tekstowej przy użyciu skrótu „FSC” i nazwy „Forest Stewardship Council”.
8. Organizacja nie może umieszczać etykiet produktowych FSC na projektach certyfikowanych FSC.



**FSC International**

Adenauerallee 134

53113 Bonn

Niemcy

**Telefon:** +49 -(0)228 -36766 -0

**E-mail:** [trademark@fsc.org](mailto:trademark@fsc.org)