

# ZASADY UŻYWANIA ZNAKU

# FAIRTRADE

## WYMAGANE

Niniejsze wytyczne  
obowiązują na wszystkich  
rynkach, gdzie udziela  
się licencji na stosowanie  
znaku Fairtrade.

**WYDANIE 4 - GRUDZIEŃ 2025**  
**FAIRTRADE INTERNATIONAL**







## INFORMACJE O TYCH WYTYCZNYCH

Znak FAIRTRADE jest najbardziej rozpoznawanym znakiem etycznym na świecie. Niniejsze wytyczne zawierają wskazówki dotyczące stosowania znaku oraz terminu Fairtrade. Opracowano je z myślą o ochronie wartości związanych ze znakiem FAIRTRADE. Znak FAIRTRADE symbolizuje poprawę pozycji producentów na światowym rynku, wspierając ich w procesie podnoszenia jakości życia swoich rodzin i społeczności lokalnych. Dlatego tak ważne jest, aby stosować go prawidłowo.

Nie należy pomijać Części I niniejszych wytycznych. Zawarto w niej ogólne informacje na temat stosowania znaku i terminu FAIRTRADE. W kolejnych częściach przedstawiono przykłady konkretnych zastosowań. Ten sam temat może być omówiony w różnych częściach wytycznych, a poszczególne części się uzupełniają.

Niniejsze obszernie wytyczne przedstawiają większość typów opakowań i zastosowań promocyjnych, ale oczywiście nie mogą obejmować wszystkich. Aby uzyskać dodatkowe wyjaśnienia lub dalsze porady co do stosowania znaku FAIRTRADE, należy skontaktować się z [Fairtrade Polska](#).

Przestrzeganie instrukcji przedstawionych w tych wytycznych jest obowiązkowe.



## CZĘŚĆ PIERWSZA PODSTAWY

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 1.1 O Fairtrade                                    |    |
| Wizja Fairtrade                                    | 04 |
| Wartości Fairtrade                                 | 05 |
| Struktura organizacyjna                            | 06 |
| System Fairtrade                                   | 07 |
| Znak FAIRTRADE                                     | 08 |
| Znak FSI                                           | 09 |
| 1.2 Znak FAIRTRADE                                 | 10 |
| Znaczenie znaku                                    | 11 |
| Wolna przestrzeń                                   | 12 |
| Kolory                                             | 13 |
| Wersja międzynarodowa                              | 14 |
| Max Havelaar                                       | 16 |
| Ochrona znaku                                      | 18 |
| Zastosowanie na tłach o różnych kolorach i wzorach | 19 |
| Położenie względem innych znaków                   | 20 |
| Rozmiar i proporcje                                | 21 |
| Przewodnik po rozmiarach                           | 22 |

## CZĘŚĆ DRUGA OPAKOWANIA

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Kluczowe elementy opakowania                              | 24 |
| Kluczowe elementy na opakowaniu                               | 25 |
| Omówienie elementów opakowania                                | 27 |
| Hierarchia marki                                              | 28 |
| Przód opakowania                                              | 29 |
| Krawędź opakowania                                            | 30 |
| Nazwa i opis produktu                                         | 31 |
| Opakowania zbiorcze przeznaczone bezpośrednio dla konsumentów | 32 |
| Transport                                                     | 33 |
| Wymagania dotyczące opakowań – lista kontrolna                | 34 |
| 2.2 Wymagania szczegółowe                                     | 35 |
| Żywność i napoje                                              |    |
| Owoce i warzywa                                               | 36 |
| Napoje                                                        | 41 |
| Napoje alkoholowe                                             | 43 |
| Produkty nieżywnościowe                                       |    |
| Kwiaty                                                        | 46 |
| Rośliny i krzewy                                              | 49 |
| Cebulki                                                       | 50 |
| Młody materiał roślinny                                       | 51 |
| Piłki sportowe                                                | 52 |

## CZĘŚĆ DRUGA KONTYNUACJA

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.3 Teksty o Fairtrade     | 54 |
| Przegląd                   | 55 |
| Fizyczna identyfikowalność | 56 |
| Bilans masy                | 57 |
| Identyfikowalność mieszana | 58 |

## CZĘŚĆ TRZECIA MATERIAŁY PROMOCYJNE

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 3.1 Promowanie produktów Fairtrade   | 60 |
| HoReCa – przegląd                    | 61 |
| HoReCa                               | 62 |
| HoReCa, sprzedaż detaliczna          | 64 |
| Sprzedaż detaliczna, oferta mieszana | 66 |
| HoReCa, oferta mieszana              | 67 |
| HoReCa, produkty sprzedawane luzem   | 68 |
| Automaty wendingowe                  | 69 |
| Reklama drukowana i internetowa      | 72 |
| Prasa i wydarzenia                   | 73 |
| Zastosowania cyfrowe                 | 74 |

## CZĘŚĆ CZWARTA ANEKSY

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Aneksy                                                        | 76 |
| Zatwierdzanie projektu graficznego                                | 77 |
| Zastrzeżenie                                                      | 78 |
| Obowiązki licencjobiorcy                                          | 78 |
| Ochrona znaku towarowego, niewłaściwe użycie, prawa autorskie     | 79 |
| Zasady pisowni słowa Fairtrade oraz wyjaśnienie pojęć graficznych | 80 |
| Słowniczek                                                        | 81 |
| Dane kontaktowe                                                   | 82 |

# 01

CZĘŚĆ PIERWSZA

## 1.1 O FAIRTRADE

W TEJ SEKCJI WYJAŚNIAMY,  
CZYM JEST FAIRTRADE.



### WIZJA FAIRTRADE

Wizja Fairtrade to świat, w którym wszyscy producenci mogą cieszyć się bezpiecznym, zrównoważonym źródłem utrzymania, realizować swój potencjał i decydować o swojej przyszłości.

Naszą aspiracją jest przekształcenie globalnego handlu przez promowanie sprawiedliwszych warunków handlowych. Aby to osiągnąć, Fairtrade przyjmie rolę wiodącego partnera na drodze zrównoważonego rozwoju, wywierając głębszy wpływ na życie większej liczby ludzi niż jakikolwiek inny system etycznej certyfikacji.

#### Jak rozumieć oraz jak mówić o Fairtrade

Fairtrade to globalna organizacja działająca na rzecz zapewnienia lepszych warunków rolnikom i pracownikom.

Fairtrade wierzy, że handel może być podstawowym czynnikiem redukcji ubóstwa i narzędziem do zrównoważonego rozwoju. Wymaga on jednak zmiany podejścia do handlu i wprowadzenia większej niż dotychczas równości i transparentności.

Ludzie mogą przezwyciężyć swoją niekorzystną sytuację ekonomiczną i marginalizację, jeśli umożliwi im się przejście większej kontroli nad swoją pracą i życiem. Kluczem do zmiany jest lepsza organizacja, wyposażenie w odpowiednie zasoby i wsparcie oraz dostęp do światowego rynku na sprawiedliwych warunkach.

Fairtrade wierzy, że ludzie, przedsiębiorstwa i instytucje społeczeństwa obywatelskiego w krajach rozwiniętych popierają taki sposób prowadzenia handlu. Szczególnie, kiedy rozumieją potrzeby producentów i możliwości, jakie daje im Fairtrade.

Rozwój Fairtrade jest napędzany przez świadome wybory konsumentów i dążenie firm do spełniania oczekiwań klientów w zakresie etycznej produkcji. Te dwa elementy stanowią podstawę do szerszych kampanii na rzecz reformowania zasad międzynarodowego handlu i tworzenia bardziej sprawiedliwego systemu gospodarczego.

Nasze priorytety to poszerzanie i pogłębianie wsparcia oferowanego rolnikom i pracownikom oraz wzmacnianie rozpoznawalności znaku Fairtrade. Oznacza to także zapewnianie większej przejrzystości w zakresie składu produktów Fairtrade kupowanych przez konsumentów.

Wartości Fairtrade to:

## DZIAŁANIE UCZCIWOŚĆ SZACUNEK WYZWANIE OPTYMIZM

### WSPÓLNE WARTOŚCI

Celem działań Fairtrade jest upodmiotawianie i wzmacnianie pozycji producentów z krajów globalnego Południa. Wartości te wyznaczają punkt odniesienia podczas podejmowania wszelkich decyzji i działań.

### DZIAŁANIE

Robimy to, co należy, skutecznie i efektywnie. Jesteśmy zdeterminowani, by dążyć do maksymalizowania efektów dla poszczególnych osób jak i dla całych społeczności.

### UCZCIWOŚĆ

Aby promować sprawiedliwość i uczciwość w handlu, kierujemy się zasadami uczciwości, zaufania i transparentności. Działamy zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi przy zachowaniu absolutnej uczciwości.

### SZACUNEK

Każdego traktujemy z szacunkiem i zrozumieniem. Cienimy różnorodność ludzi w naszej organizacji oraz tych, z którymi współpracujemy i utrzymujemy kontakty.

### WYZWANIE

Dążymy do zdecydowanego zwiększenia efektów naszych działań. Ustalamy program działań na rzecz sprawiedliwości w handlu, tworząc wzorce i standardy, zachęcając do innowacji i angażując lokalne społeczności.

### OPTYMIZM

Wierzymy, że możemy zmienić życie na lepsze. Rozwijamy pomysły, szukamy możliwości i patrzymy w przyszłość z entuzjazmem.

# O FAIRTRADE

## STRUKTURA ORGANIZACYJNA

### STRUKTURA ORGANIZACYJNA

Fairtrade jest alternatywą dla konwencjonalnego handlu, opartą na partnerstwie między producentami a konsumentami. Fairtrade oferuje producentom lepsze warunki handlowe, co daje im możliwość poprawy jakości życia i planowania przyszłości. Konsumentom Fairtrade oferuje potężne narzędzie zmniejszania ubóstwa poprzez codzienne zakupy.

Znak FAIRTRADE na produkcie oznacza, że producenci i podmioty zaangażowane w import i przetwórstwo spełniają Standardy Fairtrade. Standardy te zostały opracowane po to, by niwelować nierówny układ sił w relacjach handlowych oraz przeciwstawiać się wahaniom na rynkach i niesprawiedliwościom konwencjonalnego handlu.

Ruch Sprawiedliwego Handlu jest różny w poszczególnych krajach i reprezentuje zbiorowy głos konsumentów zaniepokojonych nierównowagą w łańcuchach dostaw i zdecydowanych zmienić istniejący stan rzeczy. Od kameralnych spotkań znajomych rozmawiających o tym, dlaczego kupują to, co kupują, przez ruchy społeczeństwa obywatelskiego organizujące się w obrębie społeczności po wyborców składających petycje do rządu – to tylko niektóre przykłady popierania sprawiedliwszego handlu, przynoszącego korzyści tym, którzy uprawiają konsumowane przez nas produkty.

### STRUKTURA ORGANIZACYJNA SYSTEMU FAIRTRADE:

#### FAIRTRADE INTERNATIONAL (FI)

Fairtrade International to organizacja non-profit, która odpowiada za strategiczny kierunek rozwoju Fairtrade, ustala Standardy Fairtrade i wspiera producentów. Fairtrade International jest właścicielem znaków towarowych i certyfikacyjnych FAIRTRADE i udziela na nie sublicencji krajowym organizacjom Fairtrade, będących jej członkami, oraz organizacjom marketingowym Fairtrade.

#### FLOCERT

FLOCERT jest niezależną jednostką certyfikującą. Przeprowadza kontrole producentów i traderów, sprawdzając przestrzeganie Standardów Fairtrade.

#### SIECI PRODUCENTÓW FAIRTRADE

Sieci producentów skupiają organizacje producentów z certyfikatem Fairtrade. Obecnie działają trzy takie sieci, reprezentujące producentów w Afryce, regionie Azji i Pacyfiku oraz Ameryce Łacińskiej i Karaibach. Za pośrednictwem tych sieci producenci Fairtrade mają wpływ na decyzje dotyczące swojej przyszłości.

#### KRAJOWA ORGANIZACJA FAIRTRADE (NFO)

To organizacje krajowe, które rozwijają rynek Fairtrade w poszczególnych krajach. Obecnie w Europie, Ameryce Północnej, Japonii, Australii i Nowej Zelandii działa 19 krajowych organizacji Fairtrade. Do ich zadań należy między innymi udzielanie firmom licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE w danym kraju.

#### ORGANIZACJE MARKETINGOWE FAIRTRADE (FMO)

To organizacje krajowe, które rozwijają i promują Fairtrade w poszczególnych krajach, podobne do krajowych organizacji Fairtrade (NFO). W krajach tych licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE udziela Fairtrade Deutschland. Jedną z organizacji marketingowych Fairtrade jest Fairtrade Polska.



# O FAIRTRADE

## SYSTEM FAIRTRADE

### SYSTEM FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE oznacza, że produkty spełniają społeczne, ekonomiczne i środowiskowe standardy ustalone przez Fairtrade International. Znak przyznaje się produktom, nie firmom lub innym podmiotom sprzedającym produkty.

Znak FAIRTRADE reprezentuje międzynarodowy system alternatywnego handlu. Znak informuje konsumentów, że rolnicy i pracownicy otrzymują uczciwą, stabilną cenę za swoje plony lub produkty. Ta uczciwa cena pokrywa średnie koszty zrównoważonej produkcji. Kupując produkty ze znakiem FAIRTRADE, konsumenci przyczyniają się do zmiany na lepsze życia drobnych producentów i pracowników na całym świecie.

Premia Fairtrade pozwala producentom i rolnikom inwestować w rozwój działalności i poprawiać jakość życia lokalnej społeczności. Premia jest wypłacana dodatkowo, oprócz ustalonej ceny Fairtrade, a producenci demokratycznie decydują, na co ją przeznaczyć.

Rozwijając swój system działania w ciągu ostatnich 30 lat, Fairtrade podkreślał pięć kluczowych obszarów, które są szczególnie istotne zarówno dla rolników, pracowników i konsumentów. Są to: dyskryminacja ze względu na płeć, prawa pracowników, zmiany klimatu, ochrona dzieci i osób narażonych na wykorzystywanie oraz godziwe płace i dochody. Fairtrade stawia czoła tym wyzwaniom przez opracowywanie i monitorowanie Standardów Fairtrade, interwencje w konkretnych obszarach oraz uzupełniające dofinansowanie z dotacji prywatnych i publicznych.

PRODUCENT



SPOŁECZNOŚĆ



KONSUMENT



PRODUKT



# O FAIRTRADE

## ZNAKI FAIRTRADE

### ZNAK FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE reprezentuje niezależny, cieszący się zaufaniem i szeroko rozpoznawany system certyfikacji produktów. Znak informuje konsumentów, że producenci sprzedali swe plony na zasadach Fairtrade.

Znak FAIRTRADE na opakowaniu oznacza, że zweryfikowano zgodność produktów detalicznych z międzynarodowymi Standardami Fairtrade. Wybierając produkty ze znakiem FAIRTRADE, konsumenci okazują solidarność z rolnikami i pracownikami z krajów globalnego Południa. Kupowanie produktów Fairtrade wspiera producentów w dążeniu do poprawy życia swoich rodzin i lokalnych społeczności. Produkty ze znakiem FAIRTRADE są dziś dostępne w ponad 50 krajach.

Zaktualizowaliśmy dobrze znany znak FAIRTRADE, przenosząc symbo<sup>®</sup> do wnętrza obramowania. Znak widoczny w lewym górnym rogu (01) oznacza, że produkt jest w 100% Fairtrade i fizycznie identyfikowalny (np. kawa). Znak w lewym dolnym rogu (02) oznacza, że produkt jest w 100% Fairtrade zgodnie z zasadami bilansu masy (np. herbata).

Znak w lewym dolnym rogu (02) oznacza również, że w produkcie wieloskładnikowym, takim jak czekolada, wszystkie składniki, które mogą być Fairtrade, są pozyskiwane na warunkach Fairtrade niezależnie od modelu identyfikowalności. Wreszcie, może to również oznaczać, że jeden lub więcej z tych składników mogło być przedmiotem obrotu z wykorzystaniem bilansu masy.

We wszystkich przypadkach znak w lewym dolnym rogu (02) zachęca konsumentów do spojrzenia na tył opakowania po więcej informacji na temat znaku i składników Fairtrade; strzałka (lub podobny symbol) pojawia się ponownie obok tekstu o Fairtrade.

### Zastosowanie

Powyższe rozróżnienie nie ma zastosowania do produktów nieżywnościowych.



**01** Ta wersja znaku FAIRTRADE jest używana dla produktów 100% Fairtrade i fizycznie identyfikowalnych.

**02** Wersja znaku FAIRTRADE ze strzałką jest stosowana dla produktów złożonych, niezależnie od modelu identyfikowalności, oraz dla produktów zawierających składniki będące przedmiotem obrotu z wykorzystaniem bilansu masy.



# O FAIRTRADE

## ZNAKI FAIRTRADE

### ZNAK FSI

Znak FSI jest wizualnie podobny do znaku FAIRTRADE, dzięki czemu jest natychmiast rozpoznawalny przez konsumentów. Oddzielny boczny pasek z nazwą składnika zapewnia modelowi FSI elastyczność, dzięki której może pojawić się na wszystkich opakowaniach produktów z certyfikatem Fairtrade – z wyjątkiem bananów.

Produkty można opatrzyć znakiem FSI, kiedy firma podpisze umowę licencyjną FSI, a produkty zostaną zatwierdzone przez NFO. Jeśli firma chce zamieszczać znak FSI poza opakowaniem, to przed wykorzystaniem znaku FSI w komunikacji B2B musi zostać zweryfikowana ilość pozyskanego przez firmę surowca.

Strzałka na pasku bocznym wskazuje konsumentom, żeby poszukać dodatkowych informacji z tyłu lub z boku opakowania. W tym przypadku oznacza, że obrót składnikiem odbywa się na zasadach bilansu masy.



Produkt wieloskładnikowy  
z jednym składnikiem  
Fairtrade, opatrzony  
znakiem FSI.



# 01

CZĘŚĆ PIERWSZA

## 1.2 ZNAK FAIRTRADE

W TEJ SEKCJI PRZEDSTAWIMY  
W OGÓLNYM ZARYSIE ZASADY  
STOSOWANIA ZNAKU FAIRTRADE.



# ZNAK FAIRTRADE

## ZNACZENIE ZNAKU

### ZNAK FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE powstał w 2002 r., aby zastąpić różne znaki krajowe stosowane przez organizacje Fairtrade. Został zaktualizowany w styczniu 2011 r. – wzór dopracowano i uproszczono, aby wyraźniej odcinał się od opakowania i był bardziej czytelny, a więc zwiększał świadomość Fairtrade. Kolejne zmiany wprowadzono wiosną 2018 r., aby zapewnić większą transparentność dotyczącą składu produktu (zob. s. 8).

Znak FAIRTRADE symbolizuje optymizm producentów, łącząc codzienną determinację ludzi w krajach rozwijających się z aspiracją konsumentów, aby wywrzeć pozytywny wpływ na otaczający świat. We wzorze znaku błękitne niebo oznaczające potencjał łączy się ze świeżą zielenią nowego wzrostu poprzez symbol producenta z ręką podniesioną w geście wychwalającym ludzkie wytrwałe starania i siłę.

### Zarejestrowany znak certyfikacyjny i towarowy

Znak FAIRTRADE jest własnością intelektualną Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International e.V.). Jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny w Unii Europejskiej oraz zarejestrowany międzynarodowo jako znak towarowy. Znak FAIRTRADE nie wolno zmieniać, kopiować, reprodukować ani w inny sposób wykorzystywać bez wcześniejszej pisemnej zgody Fairtrade International lub jej podmiotów sublicencjonujących (Krajowych Organizacji Fairtrade i/lub FMO).



## MINIMALNY OBSZAR OCHRONNY

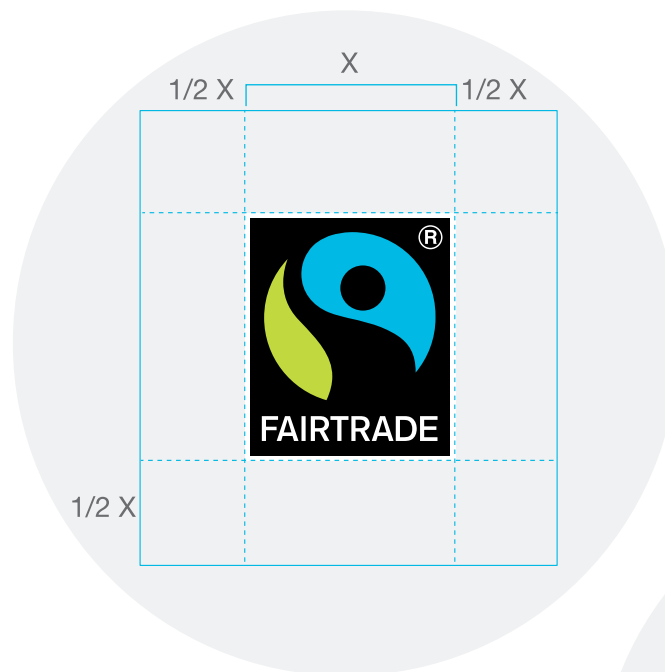
Aby zachować wizualną odrębność znaku FAIRTRADE umieszczonego obok tekstu lub grafiki, trzeba zachować wokół niego wolną przestrzeń, równą połowie szerokości znaku, definiowaną jako X.

Siła oddziaływania znaku FAIRTRADE nie powinna być umniejszana przez inne elementy graficzne lub logo, dlatego żaden tekst ani grafika nie może dotykać znaku ani wchodzić na obszar ochronny wokół niego.

Znak nie może być przytłoczony dużą ilością szczegółów. Nie może być łączony jako część innego obrazu, tekstu czy grafiki, nawet jeśli wolna przestrzeń zostanie zachowana.

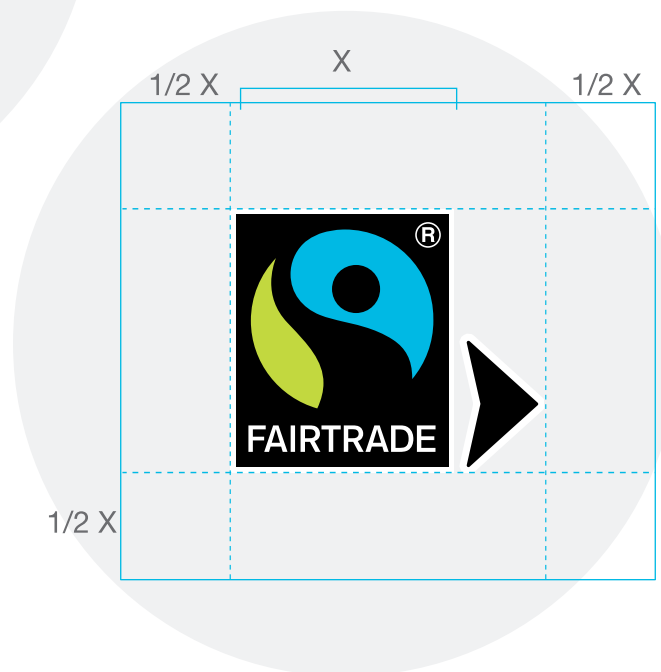
### Wyjątki

Kiedy miejsce jest ograniczone, np. na małych opakowaniach, metkach czy etykietkach, minimalny obszar ochronny można zredukować do szerokości  $1/4 X$ .



### Wymiary znaku

Szerokość znaku FAIRTRADE mierzymy od krawędzi do krawędzi, z białą obwódką włącznie.



### Znak ze strzałką

Wolna przestrzeń musi uwzględniać strzałkę; wolna przestrzeń zaczyna się po jej prawej stronie.

### KOLORY FAIRTRADE

Zdecydowanie zaleca się stosowanie kolorowej wersji znaku FAIRTRADE. Obowiązują w niej kolory według podanej specyfikacji. Dokładne odwzorowanie tych kolorów jest kluczowe dla lepszego rozpoznawania przez konsumentów znaku FAIRTRADE na opakowaniach produktów.

Jeśli marka lub marka zależna (submarka) jest nowa lub opracowywana na nowo (np. dla linii produktów Fairtrade lub do innych celów), nie wolno używać na opakowaniu lub w materiałach promocyjnych kolorów takich samych lub zbyt podobnych do przedstawionych tu świeżej zieleni i błękitu. Chodzi o ochronę integralności znaku FAIRTRADE jako znaku certyfikacyjnego. Jeśli marka już używa zieleni i błękitów, w tym kolorów zbliżonych do przedstawionych tu świeżej zieleni i błękitu, na opakowaniu należy zastosować czarno-białą wersję znaku FAIRTRADE.

Wersja czarno-biała może być użyta w sytuacji, gdy dany projekt w ograniczonym stopniu korzysta z kolorów.

#### Dopasowanie kolorów

Kolory mogą się zmieniać w zależności od partii papieru i drukarki. Prosimy o jak najbliższe dopasowanie kolorów do powlekanych wzorników Pantone.

**Błękit**  
CMYK 79. 0. 7. 0  
Pantone 306 C, 306 U  
RGB 0. 185. 228  
HTML 00B9E4

**Świeża zieleń**  
CMYK 28. 0. 92. 0  
Pantone 382 C, 380 U  
RGB 190. 214. 0  
HTML BED600

**Biel**  
CMYK 0. 0. 0. 0  
Pantone N/A  
RGB 255. 255. 255  
HTML #FFFFFF

**Głęboka czerń**  
CMYK 50. 50. 50. 100  
Pantone Process Black  
C, Czarny U  
RGB 30. 30. 30  
HTML 1E1E1E



# ZNAK FAIRTRADE

## WERSJA MIĘDZYNARODOWA

### WERSJE STANDARDOWE

Znak FAIRTRADE jest dostępny w wersji kolorowej i czarno-białej. Kolorowa wersja znaku jest najbardziej rozpoznawalna i zdecydowanie zalecana. Jeśli pojawią się trudności produkcyjne z wersją kolorową lub kiedy w grę wchodzić będą względy graficzne, można użyć wersji czarno-białej. Jeśli kolory produktu danej marki były już podobne do kolorów Fairtrade, zanim umieszczono na nich znak FAIRTRADE, trzeba zastosować wersję czarno-białą znaku FAIRTRADE (zob. poprzednia strona).

#### Drukowanie na podłożu kolorowym

Kiedy znak FAIRTRADE jest drukowany na kolorowym lub przezroczystym podłożu, białą obwódkę i znak słowny FAIRTRADE trzeba wydrukować w bieli jako kolorze dodatkowym.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE dostarczone przez Fairtrade International to jedyne wersje, które można stosować. Użycie jakichkolwiek innych kolorów lub przeróbek jest niedozwolone.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE, zob. dane kontaktowe na ostatniej stronie. Wersje z paskiem Max Havelaar – zob. strona 17.

#### Znak ze strzałką

Strzałka dołączona do znaku FAIRTRADE wskazuje konsumentom, że dodatkowe informacje znajdują z tyłu lub z boku opakowania, gdzie strzałka też musi się pojawić.



Znak kolorowy

#### Pliki EPS:

FM\_PMS  
FM\_CMYK  
FM\_RGB



Znak czarno-biały

#### Pliki EPS:

FM\_BW



Znak kolorowy ze strzałką

#### Pliki EPS:

FM\_Arrow\_PMS  
FM\_Arrow\_CMYK  
FM\_Arrow\_RGB



Znak czarno-biały ze strzałką

#### Pliki EPS:

FM\_Arrow\_BW



# ZNAK FAIRTRADE

## WERSJA MIĘDZYNARODOWA

### WERSJE O OGRANICZONYM ZASTOSOWANIU

Nie zawsze da się wydrukować znak FAIRTRADE w pełnej wersji barwnej, np. kiedy druk jest ograniczony do jednego koloru albo przy drukowaniu na szorstkich czy chłonnych powierzchniach, takich jak kartony tekturowe czy tekstylia.

Znak czarny i znak biały opracowano do użycia w wyjątkowych sytuacjach, kiedy cały druk jest ograniczony do jednego koloru: czerni lub bieli. Zawsze, kiedy jest to możliwe zaleca się stosowanie pełnej wersji barwnej znaku FAIRTRADE.

Znak czarny może być drukowany tylko w czerni, a znak biały tylko w bieli. Drukowanie ich w innych kolorach jest niedozwolone.

#### Drukowanie na kolorowym tle

Oba znaki FAIRTRADE – czarny i biały – można drukować na kolorowym, najlepiej neutralnym tle, o ile kontrast między kolorem tła a wszystkimi elementami znaku jest wystarczający. Znak nie wolno drukować na tłach wzorzystych, zawierających wiele szczegółów lub jednolitych tłach w jaskrawym kolorze.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE w wersji czarnej lub białej, zobacz dane kontaktowe na ostatniej stronie niniejszych wytycznych.



**Znak czarny**  
Znak czarny jednobarwny



**Pliki EPS:**  
FM\_Black, FM\_Arrow\_Black



**Znak biały**  
Znak biały jednobarwny



**Pliki EPS:**  
FM\_White, FM\_Arrow\_White



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować na biało, bo uzyskamy wersję znaku FAIRTRADE w negatywie.



**Czego unikać**  
Znaku czarnego ani białego nigdy nie wolno drukować w żadnym innym kolorze poza czernią lub bielą.



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować na tle w jaskrawym kolorze.



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować na wzorzystym tle lub na tle zawierającym dużo szczegółów.

## WERSJE DLA WYBRANYCH KRAJÓW

Znak FAIRTRADE z dolnym paskiem odwotującym się do organizacji Max Havelaar jest dostępny w wersji kolorowej oraz czarno-białej.

Te wersje znaku można stosować tylko na produktach sprzedawanych we Francji i Szwajcarii przez firmy mające siedziby w tych krajach.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE Max Havelaar dostarczone przez Fairtrade International to jedyne wersje, które można zastosować. Użycie jakichkolwiek innych wersji kolorystycznych lub przeróbek jest niedozwolone.

Obowiązują wszystkie wytyczne dla standardowych (międzynarodowych) wersji znaku.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE Max Havelaar, zobacz dane kontaktowe na ostatniej stronie niniejszych wytycznych.



Znak kolorowy MH

Pliki EPS:  
FM\_MH\_PMS  
FM\_MH\_CMYK  
FM\_MH\_RGB



Znak czarno-biały MH

Pliki EPS:  
FM\_MH\_BW



Znak kolorowy ze strzałką MH

Pliki EPS:  
FM\_MH\_Arrow\_PMS  
FM\_MH\_Arrow\_CMYK  
FM\_MH\_Arrow\_RGB



Znak czarno-biały ze strzałką MH

Pliki EPS:  
FM\_MH\_Arrow\_BW

## WERSJE DO OGRANICZONEGO UŻYTKU

Nie zawsze istnieje możliwość wydrukowania znaku FAIRTRADE w pełnej wersji barwnej, np. kiedy druk jest ograniczony do jednego koloru albo przy drukowaniu na szorstkich czy chłonnych powierzchniach, takich jak kartony tekturowe czy tekstylia.

Znak czarny i znak biały opracowano do użycia w wyjątkowych sytuacjach, kiedy cały druk jest ograniczony do jednego koloru: czerni lub bieli. Zawsze, kiedy jest to możliwe zaleca się stosowanie pełnej wersji barwnej znaku FAIRTRADE.

Znak czarny może być drukowany tylko w czerni, a znak biały tylko w bieli. Drukowanie ich w innych kolorach jest niedozwolone.

### Drukowanie na kolorowym tle

Oba znaki mogą być drukowane na kolorowym, najlepiej neutralnym tle, pod warunkiem zapewnienia wystarczającego kontrastu między kolorem tła a wszystkimi elementami Znak. Znak nie wolno drukować na tłach wzorzystych, zawierających wiele szczegółów lub jednolitych tłach w jaskrawym kolorze.

Aby poprosić o plik EPS czarnego znaku FAIRTRADE lub białego znaku FAIRTRADE, patrz ostatnia strona niniejszych wytycznych.



**Znak czarny MH**  
Znak czarny  
jednobarwny



**Pliki EPS:**  
FM\_MH\_Black, FM\_MH\_  
Arrow\_Black



**Znak biały MH**  
Znak biały jednobarwny



**Pliki EPS:**  
FM\_MH\_White, FM\_MH\_  
Arrow\_White



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować w bieli, bo uzyskamy wersję znaku FAIRTRADE w negatywie



**Czego unikać**  
Znaku czarnego ani znaku białego nigdy nie wolno drukować w żadnym innym kolorze poza czernią lub bielą.



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować na jaskrawym tle.



**Czego unikać**  
Znaku czarnego nie wolno drukować na wzorzystym tle lub na tle zawierającym dużo szczegółów.

### NIEPRAWIDŁOWE UŻYCIĘ ZNAKU

Znak FAIRTRADE jest prawnie chroniony. Nigdy nie wolno go w żaden sposób zmieniać, przerabiać ani zniekształcać.

Częścią znaku jest symbol zarejestrowanego znaku towarowego®, który musi zawsze się pojawić na znaku. W najnowszej wersji znaku symbol® jest umieszczony wewnątrz czarnego prostokąta, a nie na zewnątrz.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE dostarczone przez odpowiednią organizację Fairtrade to jedyne wersje, które można stosować.

#### Stare wersje Znak

Prosimy upewnić się, że stosowana jest najnowsza wersja znaku FAIRTRADE. Znak uaktualniono w 2018 r., a wszystkie poprzednie wersje trzeba zastąpić wersją aktualną.



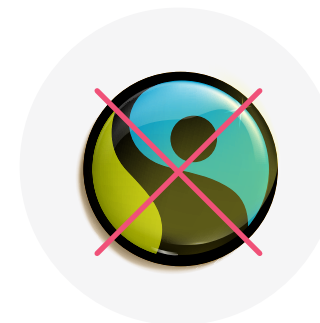
Nie można stosować starych wersji znaku z czarną obwódką wewnątrz okrągłego znaku graficznego (nieużywane od 01.2011)



Nigdy nie wolno zmieniać kolorów, czcionki i symbolu znaku towarowego.



Znak musi zawsze być przedstawiony pionowo, nigdy nie przechylony. Jedyny wyjątek: kiedy cały layout jest przechylony w tę samą stronę.



Znaku nie wolno w żaden sposób zmieniać, aby dopasować go do danego kształtu czy wzoru.



Znaku nie wolno rozciągać, zaburzać jego proporcji ani zaokrąglać krawędzi.



Znaku nie wolno reprodukować w wersji jednobarwnej, oprócz czerni lub bieli.



Znaku nie wolno obramowywać, wkomponowywać w grafikę ani dodawać do niego żadnych elementów.



Ze znaku nie wolno usuwać żadnych elementów.

# ZNAK FAIRTRADE

## UŻYCIE NA RÓŻNYCH TŁACH

### ZASTOSOWANIE NA TŁACH O RÓŻNYCH KOLORACH I WZORACH

Znak FAIRTRADE, włącznie z zarejestrowanym symbolem znaku towarowego®, musi być zawsze wyraźnie widoczny i niezastonięty żadnym innym elementem graficznym ani wzorem tła. Jeśli znak jest drukowany na tle innym niż białe, nie wolno usuwać białej obwódki znaku, a symbol zarejestrowanego znaku towarowego musi być czytelny.

Właściwe zastosowanie znaku na różnych tłach powinno dawać najwyższy możliwy kontrast między znakiem, symbolem zarejestrowanego znaku towarowego® a tłem.

#### Tła z dużą ilością szczegółów

Jeśli znak jest umieszczony na tle z bardzo dużą ilością szczegółów, wokół znaku trzeba dodać równe obramowanie. Obramowanie powinno mieć szerokość połowy pola ochronnego (1/4X, zob. strona 12) i może być jednolicie białe lub w bieli o różnym stopniu przezroczystości, tak aby maksymalnie wyodrębnić znak z tła. Obramowanie może też być czarne, ale żadne inne kolory nie są dozwolone.



Znak na ciemnym, ale spokojnym tle.



Białe obramowanie na tle z dużą ilością szczegółów.



Tło z bardzo dużą ilością szczegółów, znak nie jest wyraźnie widoczny.



Znak na jasnym, spokojnym tle.



Białe obramowanie na tle z dużą ilością szczegółów.



Tło z bardzo dużą ilością szczegółów, znak nie jest wyraźnie widoczny.



### POŁOŻENIE WZGLĘDEM INNYCH ZNAKÓW

Poniższe uwagi odnoszą się do położenia znaku FAIRTRADE w relacji do innych znaków certyfikacji.

W sytuacjach, kiedy na opakowaniu lub materiałach promocyjnych umieszczono więcej niż jeden znak wspierający lub powiązany ze znakiem FAIRTRADE, priorytetem jest konsekwencja i przejrzystość.

Znak FAIRTRADE musi zawsze pozostać niezależny, tak by unikać konfliktu interesów, potencjalnie sprzecznych przekazów lub wprowadzenia konsumentów w błąd. Znak FAIRTRADE nie wolno umieszczać w taki sposób, aby był kojarzony z przynależnością do jakiegokolwiek firmy lub organizacji innej niż Fairtrade International lub jej członkowie.

Znak FAIRTRADE nie może być mniejszy niż jakiegokolwiek inny znak certyfikacyjny lub etyczny na tym samym opakowaniu i zawsze musi być zgodny z wymogami dotyczącymi rozmiarów zawartymi w tych wytycznych. Zob. „Rozmiar i proporcje” na stronie 21.

Odległość między znakiem FAIRTRADE a innymi znakami certyfikacyjnymi lub etycznymi powinna wynosić co najmniej połowę szerokości znaku ( $1/2 X$ ), tak aby nie było wątpliwości, że znaki te są od siebie wizualnie oddzielone i niezależne.

#### W poziomie



#### W pionie



# ZNAK FAIRTRADE

## ROZMIAR I PROPORCJE

### ROZMIAR ZNAKU

Zastosowany znak FAIRTRADE musi mieć rozmiar proporcjonalny do rozmiaru opakowania lub materiału promocyjnego. W wyborze prawidłowej wielkości znaku pomoże opracowana w tym celu tabela rozmiarów. Przedstawia ona zalecany maksymalny i minimalny rozmiar znaku dozwolony na opakowaniach i materiałach promocyjnych różnej wielkości. Minimalne rozmiary przedstawione na tej stronie mają na celu zapewnienie poprawnej reprodukcji w odpowiedniej skali. W przypadku niektórych produktów lub materiałów promocyjnych rozmiary mogą się różnić od tych podanych w tabeli obok. Wtedy można użyć uśrednionych rozmiarów.

#### Rozmiar minimalny

Aby zapewnić czytelność, trzeba zachować szczególną dbałość przy przygotowywaniu znaku FAIRTRADE w małych rozmiarach. Wskazówka: jeśli czcionka ma być czytelna, znak FAIRTRADE musi mieć minimum 7 mm szerokości.

#### Wymiary znaku

Szerokość znaku mierzymy od czarnej krawędzi do czarnej krawędzi z wyłączeniem białej obwódki, zob. strona 12.

**A4:** 21 mm



**A5:** 17 mm



**A6:** 15 mm



**A7:** 13 mm



**A8:** 11 mm



**Min:** 7 mm



**Tabela rozmiarów**

(ISO 216 - seria A)

**Przykład**

Przykłady zastosowań

**Maks. szerokość znaku**

(Szerokość)

**Min. szerokość znaku**

(Szerokość)

**A1** (594 x 841 mm)

Plakaty, stojaki reklamowe

66 mm

60 mm

**A2** (420 x 594 mm)

Stojaki reklamowe, POS

46 mm

42 mm

**A3** (297 x 420 mm)

Plakaty, POS, bukiety

33 mm

31 mm

**A4** (210 x 297 mm)

Duże opakowania, kartony 1 litr

21 mm

19 mm

**A5** (148 x 210 mm)

Opakowania i etykiety

17 mm

15 mm

**A6** (105 x 148 mm)

Paczka herbaty 20-50 torebek

15 mm

13 mm

**A7** (74 x 105 mm)

Etykiety na butelki 750 ml

13 mm

11 mm

**A8** (52 x 74 mm)

Etykiety i przywieszki

11 mm

7 mm

# ZNAK FAIRTRADE

## PRZEWODNIK PO ROZMIARACH

**A4**  
297 mm x 210 mm

**A5**  
210 mm x 148 mm

**A6**  
148 mm x 105 mm

**A7**  
105 mm x 74 mm

**A8**  
74 mm x 52 mm





**CZĘŚĆ DRUGA**

**WYTYCZNE DOTYCZĄCE OPAKOWAŃ**



# 02

CZĘŚĆ DRUGA

## 2.1 KLUCZOWE ELEMENTY OPAKOWANIA

W TEJ SEKCJI PRZEDSTAWIAMY  
OGÓLNE INFORMACJE O TYM, JAK  
I GDZIE UMIESZCZAĆ ZNAK FAIRTRADE  
NA OPAKOWANIU. NASTĘPNĘ SEKCJE  
DOTYCZĄ OPAKOWAŃ OKREŚLONYCH  
TYPÓW PRODUKTÓW.

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

### KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

Znak FAIRTRADE na opakowaniu należy umieszczać tak, by konsumenci mieli jasność co do roli tego znaku w relacji do marki produktu.

Na następnych stronach przedstawiono zasady, których trzeba przestrzegać, stosując znak i nazwę Fairtrade na opakowaniach produktów.

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony z przodu opakowania i być wyraźnie widoczny dla konsumentów w punkcie sprzedaży.

Tekst o Fairtrade można umieścić obok znaku, z tyłu lub z boku opakowania.

#### Elementy na opakowaniu

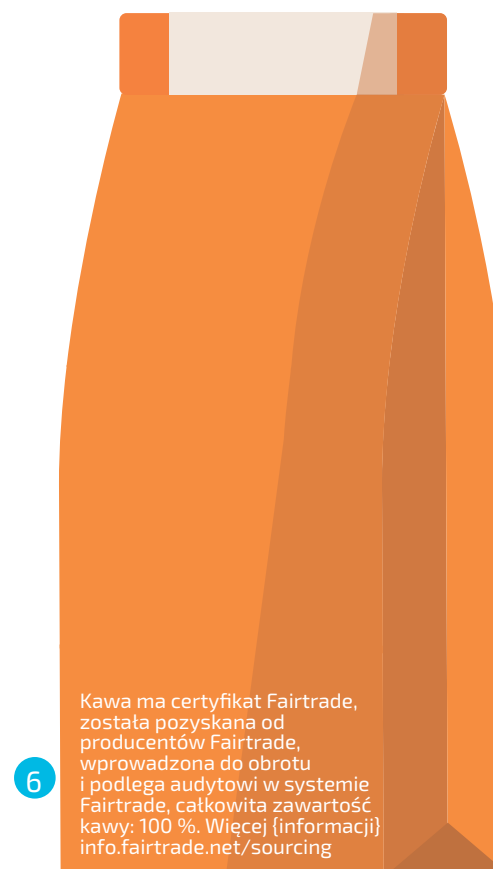
- 1 **Marka** (obowiązkowo)
- 2 **Marka zależna** (submarka) (opcjonalnie)
- 3 **Nazwa produktu** (obowiązkowo)
- 4 **Opis produktu** (opcjonalnie). Słowo „Fairtrade” jest dozwolone tylko wtedy, gdy składniki są fizycznie identyfikowalne\*
- 5 **Znak FAIRTRADE** (obowiązkowo)
- 6 **Tekst o Fairtrade z adresem strony internetowej** (obowiązkowo).

\* Dla produktów złożonych i składników sprzedawanych na podstawie bilansu masy – zobacz kolejną stronę.

#### Przód opakowania



#### Tył opakowania





# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

### KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

Te same zasady obowiązują w przypadku wersji znaku FAIRTRADE ze strzałką podpowiadającą konsumentom, by poszukać dodatkowych informacji o znaku i składnikach Fairtrade z tyłu opakowania.

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony z przodu produktu, wyraźnie widoczny dla konsumentów w punkcie sprzedaży.

Tekst o Fairtrade można umieścić obok znaku lub z tyłu bądź z boku opakowania.

#### Elementy na opakowaniu

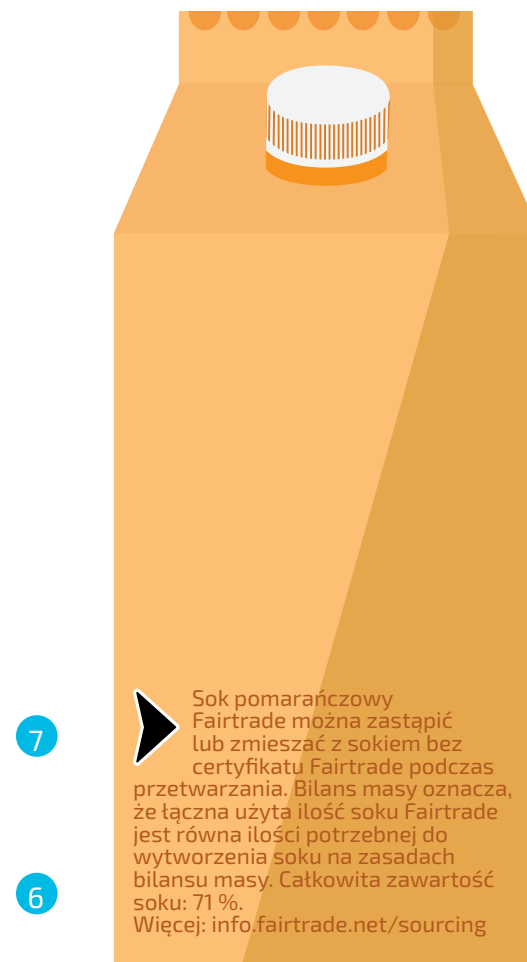
- 1 **Marka** (obowiązkowo)
- 2 **Marka zależna** (opcjonalnie)
- 3 **Nazwa produktu** (obowiązkowo)
- 4 **Opis produktu** (opcjonalnie). Słowo „Fairtrade” jest dozwolone tylko wtedy, gdy składniki są fizycznie identyfikowalne\*
- 5 **Znak FAIRTRADE** (obowiązkowo)
- 6 **Tekst o Fairtrade z adresem strony internetowej** (obowiązkowo)
- 7 **Strzałka znaku** (obowiązkowo)

Jeśli umieszczenie strzałki będącej częścią znaku FAIRTRADE nie jest możliwe, dozwolona jest „zwykła” strzałka lub trójkąt wskazujący na tekst o Fairtrade.

Przód opakowania



Tyt



### PRZEGLĄD ELEMENTÓW OPAKOWANIA

Tabela po prawej przedstawia podsumowanie wszystkich elementów, które trzeba uwzględnić, projektując opakowanie produktu.

#### Elementy obowiązkowe

Znak FAIRTRADE musi być umieszczony z przodu opakowania, na którym widnieje również nazwa marki. Składniki Fairtrade i tekst o Fairtrade muszą pojawić się na tej stronie opakowania, na której znajdują się informacje o składnikach. Tekst o Fairtrade musi być umieszczony na każdym opakowanym produkcie konsumpcyjnym z certyfikatem Fairtrade. Obowiązkowe jest także podanie w tym tekście adresu strony internetowej Fairtrade.

W przypadku niektórych produktów i rynków obowiązkowe jest podanie kodu referencyjnego NFO lub identyfikatora FLO producenta (FLO ID) – o szczegóły prosimy pytać krajową organizację Fairtrade lub Fairtrade International.

Np. w Wielkiej Brytanii kod referencyjny przyznawany przez organizację krajową – „kod FFL” – jest obowiązkowy, jeśli licencjobiorca nie jest właścicielem marki.

#### Zatwierdzenie projektu graficznego

Projekt graficzny opakowania musi zostać zatwierdzony przez Fairtrade jako część projektu opakowania i procesu produkcji. Dane kontaktowe w sprawie zatwierdzenia projektu graficznego – zob. ostatnia strona niniejszych wytycznych.

Uwaga: Nie można rozpocząć produkcji opakowań przed zarejestrowaniem produktu w odpowiedniej organizacji licencjonującej i zatwierdzeniem opakowania.

| ELEMENT                           | INFO DLA KONSUMENTA                                               |                                  | INFO TECHNICZNE                                                   |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Nazwa marki                       | Obowiązkowa                                                       | Strona 25                        | Obowiązkowa                                                       |
| Znak FAIRTRADE                    | Obowiązkowy                                                       | Strona 25                        | Obowiązkowy                                                       |
| Fairtrade w opisie produktu       | Tylko wtedy, gdy składniki Fairtrade są fizycznie identyfikowalne | Strony 25, 31                    | Tylko wtedy, gdy składniki Fairtrade są fizycznie identyfikowalne |
| Nazwa licencjobiorcy              | Przydatna wskazówka                                               | Strona 25                        | Obowiązkowa                                                       |
| Identyfikator producenta (FLO ID) | Przydatna wskazówka (obowiązkowy w przypadku świeżych owoców)     | Strona 36                        | Obowiązkowy                                                       |
| Kod referencyjny NFO              | Obowiązkowy na niektórych rynkach                                 | Tekst z lewej oraz na stronie 82 | Obowiązkowy na niektórych rynkach                                 |
| Lista składników Fairtrade        | Obowiązkowa                                                       | Strona 56                        | Przydatna wskazówka                                               |
| Tekst o Fairtrade                 | Obowiązkowa                                                       | Strony 55-59                     | Przydatna wskazówka                                               |
| Strona internetowa Fairtrade      | Obowiązkowa                                                       | Strony 55-59                     | Obowiązkowa                                                       |

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

### HIERARCHIA MARKI

Znak FAIRTRADE można umieścić na opakowaniu produktu, tylko jeśli na opakowaniu widnieje również marka i nazwa produktu. Należy zawsze zachować wyraźną hierarchię między znakiem FAIRTRADE a marką. Znak nie wolno umieszczać w sposób, który może być błędnie interpretowany jako należący do jakiejkolwiek firmy lub organizacji innej niż Fairtrade International i jej organizacji członkowskie.

Nazwa marki zawsze powinna dominować lub przynajmniej być bardziej wyeksponowana niż znak FAIRTRADE, który najlepiej umieścić na samym dole opakowania, daleko od marki. Te dwa oznakowania muszą być od siebie wyraźnie oddzielone. Niedozwolone jest używanie nazwy Fairtrade lub krajowej organizacji Fairtrade jako części nazwy marki produktu. Znak FAIRTRADE nigdy nie wolno umieszczać na nieoznakowanych marką produktach detalicznych.

#### Którego znaku użyć

Znak FAIRTRADE bez strzałki – produkty jednoskładnikowe z fizyczną identyfikowalnością.

Znak FAIRTRADE ze strzałką – produkty jednoskładnikowe wprowadzane do obrotu na zasadach bilansu masy.

Znak FAIRTRADE ze strzałką – produkty wieloskładnikowe, bez względu na model handlowy, fizyczną identyfikowalność czy bilans masy (zob. str. 8).

#### Kolory marki

Kiedy kolory marki lub główne kolory opakowania są podobne do kolorów znaku FAIRTRADE, nie wolno stosować znaku w pełnej wersji kolorowej, a zamiast tego należy użyć wersji czarno-białej. Dokładne kolory znaku FAIRTRADE (świeża zieleń Fairtrade i błękit Fairtrade) nie mogą być włączone w oznakowanie marki ani marki zależnej (submarki), ani użyte jako główny kolor opakowania (strona 13).



#### 01 Prawidłowe użycie

Znak musi być umieszczony z przodu opakowania i być wyraźnie wizualnie oddzielony od marki.



#### 02 Hierarchia

Znak nie może być większy ani bardziej wyeksponowany niż marka lub identyfikacja wizualna produktu.



#### 03 Produkty niemarkowe

Znak nie wolno umieszczać na produktach detalicznych nieoznakowanych marką.

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

### PRZÓD OPAKOWANIA

Znak FAIRTRADE zawsze musi być umieszczony na przodzie opakowania i widoczny dla konsumentów, kiedy patrzą na produkt z przodu. Przy umieszczaniu znaku na opakowaniu obowiązkowe jest przestrzeganie zasad hierarchii marki.

Znak FAIRTRADE musi być mniej wyeksponowany niż marka i umieszczony z dala od niej. Powinien znajdować się w lewym lub prawym dolnym rogu opakowania, ale może być także wycentrowany w poziomie u dołu opakowania.

#### Uwaga

Jeśli produkt ma być ustawiony na półce lub ladzie w ekspozytorze, należy to uwzględnić przy umieszczaniu znaku FAIRTRADE. Jeśli znak jest zasłonięty przez ekspozytor, trzeba go przesunąć w inne miejsce na opakowaniu albo umieścić dodatkowy znak na ekspozytorze. Zob. strona 32.

#### Tył opakowania

W sytuacji, gdy znak FAIRTRADE znajduje się z przodu opakowania, dodatkowy znak FAIRTRADE można umieścić z tyłu opakowania, obok tekstu o Fairtrade.



#### 01 Umiejscowienie znaku

Znak najlepiej umieścić na dole: w prawym lub lewym dolnym rogu, lub wycentrowany w poziomie.



#### 02 Przedmioty cylindryczne

Na przedmiotach okrągłych lub cylindrycznych dozwolone jest takie przesunięcie znaku, by jego połowa wychodziła poza linię wzroku, ale co najmniej połowa znaku musi być widoczna, patrząc na opakowanie z przodu.



#### 03 Kilka ścianek przednich

Na opakowaniach z wieloma ściankami (np. pudełkach), znak należy umieścić z każdej strony opakowania, którą można uważać za jego przód, przestrzegając zasad dotyczących rozmiarów (strona 22).

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

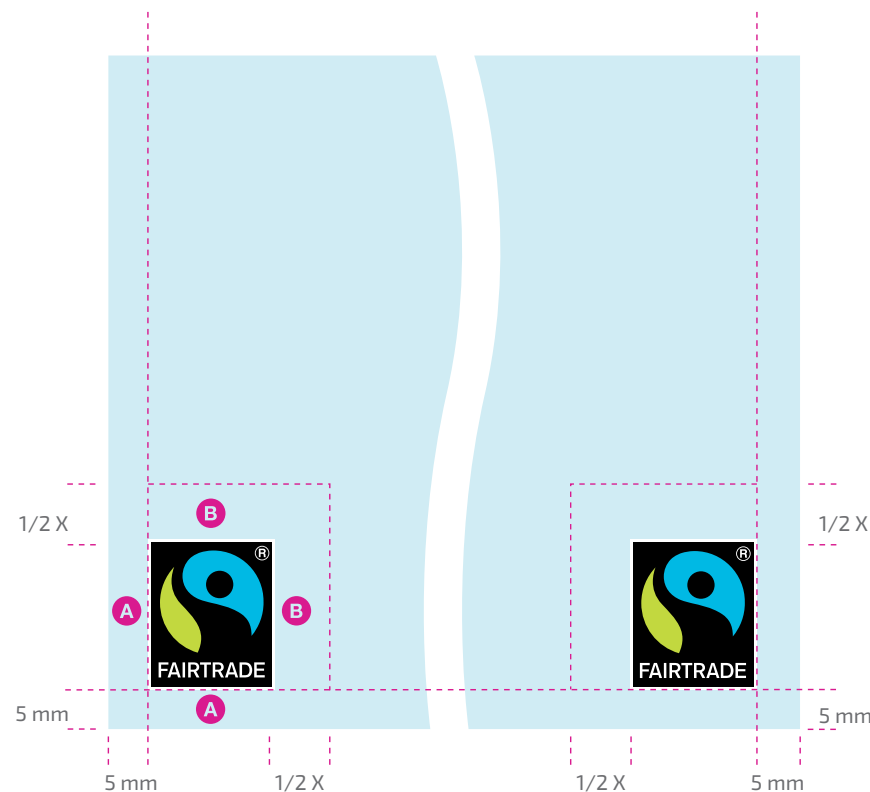
Aby zapewnić czytelność znaku FAIRTRADE, należy starannie rozważyć jego umiejscowienie na opakowaniu. Przede wszystkim, musi zostać zachowana hierarchia marki. Znak FAIRTRADE nie należy drukować zbyt blisko obszaru, który będzie zszywany, pieczętowany lub cięty. Jeśli inne umiejscowienie nie jest możliwe, znak można tam umieścić, pod warunkiem, że będzie dobrze widoczny w punkcie sprzedaży i nie zostanie zniekształcony, pognieciony lub pomarszczony.

### Odległość od krawędzi opakowania

Umieszczając znak na opakowaniu, należy zawsze zachować minimum 5 mm odstępu od krawędzi opakowania (A), zamknięć, szwów lub linii załamania. Takie rozwiązanie jest konieczne, ponieważ chroni przed potencjalnymi błędami w procesie produkcji. Minimalna wolna przestrzeń (1/2 X) dotyczy pozostałych boków znaku (B) – zob. strona 12.

### Symbol znaku towarowego

Wszystkie wersje znaku mają symbol zarejestrowanego znaku towarowego®, którego nie wolno przesuwać ani usuwać.





# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## NAZWA I OPIS PRODUKTU

### NAZWA I OPIS PRODUKTU

Opcjonalnie można używać terminu Fairtrade w nazwie lub opisie produktu, o ile nie jest stosowany jako marka lub submarka i tylko wtedy, gdy składniki zostały sprzedane przy użyciu fizycznej identyfikowalności. Niedozwolone jest stosowanie nazwy NFO, np. „Max Havelaar”, jako części nazwy produktu.

#### Produkt jednoskładnikowy

Produkty wytworzone z tylko jednego składnika, który jest składnikiem Fairtrade, np. kawa.

**Nazwa: kawa Fairtrade**

#### Produkt złożony z fizycznie identyfikowalnymi składnikami Fairtrade

Certyfikowane produkty wieloskładnikowe wytworzone wyłącznie ze składników Fairtrade zgodnie ze Standardami Fairtrade, np. czekolada (wyprodukowana z kakao Fairtrade, cukru Fairtrade i innych odpowiednich składników).

**Nazwa: czekolada Fairtrade**

#### Produkt złożony z wybranymi fizycznie identyfikowalnymi składnikami Fairtrade

Produkty ze składnikami Fairtrade i składnikami nie pochodzącymi z Fairtrade, np. ciasto czekoladowe. Terminu Fairtrade w nazwie lub opisie produktu można użyć tylko do wskazania istotnych lub charakterystycznych składników Fairtrade.

**Nazwa: ciasto z kakao i cukrem Fairtrade**

#### Nazewnictwo produktów dla składników bilansu masy

Gdy kakao, cukier, herbata i/lub soki owocowe są sprzedawane z wykorzystaniem bilansu mas, w ich nazwie **nie wolno używać słowa „Fairtrade”**.

#### Twierdzenia dotyczące pochodzenia

Twierdzenia dotyczące pochodzenia składników można podać tylko wtedy, gdy zostały one sprzedane przy użyciu fizycznej identyfikowalności.

Nie wolno opierać twierdzeń dotyczących pochodzenia kakao i cukru na certyfikacie Fairtrade, jeśli są wprowadzone do obrotu na zasadzie grupowego bilansu masy, co oznacza, że certyfikowane kakao i/lub cukier mogą nie znajdować się w opakowaniu produktu.

### JEDNOSKŁADNIKOWY PRODUKT FAIRTRADE

#### Dopuszczalne nazwy produktów:

Banany Fairtrade

Wino Fairtrade

Kawa palona Fairtrade

Herbata czarna cejlońska Fairtrade \*

#### Niedopuszczalne nazwy produktów:

Użycie terminu Fairtrade nie jest dozwolone, jeśli częścią nazwy jest marka lub marka zależna (submarka):

✗ Cabernet Sauvignon (nazwa marki) Fairtrade

✗ Kawa Max Havelaar

**Użycie terminu Fairtrade nie jest dozwolone, gdy wymieniony/e składnik/składniki wprowadzono do obrotu z wykorzystaniem bilansu masy:**

✗ Ciasteczka z kakao Fairtrade

✗ Płatki zbożowe z kakao Fairtrade

✗ Herbata Fairtrade

✗ Sok pomarańczowy Fairtrade

\* Tylko wtedy, gdy herbata została sprzedana z wykorzystaniem fizycznej identyfikowalności

### PRODUKT ZŁOŻONY ZE SKŁADNIKAMI FAIRTRADE

#### Dopuszczalne nazwy produktów:

Kawa cappuccino Fairtrade

Cappuccino z kawą Fairtrade

Rum z cukrem Fairtrade \*

Muffin z kakao, cukrem i bananami Fairtrade \*

Napój z czekoladą Fairtrade \*

#### Niedopuszczalne nazwy produktów:

Użycie terminu Fairtrade jest niedozwolone, jeśli nie jest jasne, który składnik ma certyfikat Fairtrade:

✗ Cappuccino Fairtrade

✗ [nazwa napoju alk.] Fairtrade

✗ Muffin Fairtrade z czekoladą

#### Wyjątek:

Jeśli jedynym ze składników rumu jest 100% cukier trzcinowy Fairtrade lub jego pochodne, wówczas produkt może być nazwany rumem Fairtrade, **pod warunkiem, że cukier jest fizycznie identyfikowalny**.

\* Tylko wtedy, gdy składniki zostały sprzedane przy użyciu fizycznej identyfikowalności

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## OPAKOWANIA ZBIORCZE PRZEZNACZONE BEZPOŚREDNIO DLA KONSUMENTÓW

### OPAKOWANIA ZBIORCZE W DETALU

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony na wszystkich ekspozytorach półkowych, opakowaniach zbiorczych umieszczanych na ladzie oraz na kartonach zawierających luzem produkty z certyfikatem Fairtrade do sprzedaży bezpośredniej. Można go jednak stosować tylko wtedy, jeśli wszystkie sztuki lub opakowania produktu w danym opakowaniu zbiorczym mają certyfikat Fairtrade.

#### Ekspozytory półkowe i na ladę

Kiedy znak FAIRTRADE jest umieszczony na ekspozytorze, ekspozytor musi być oznakowany tą samą marką i nazwą lub opisem co pojedynczy produkt.

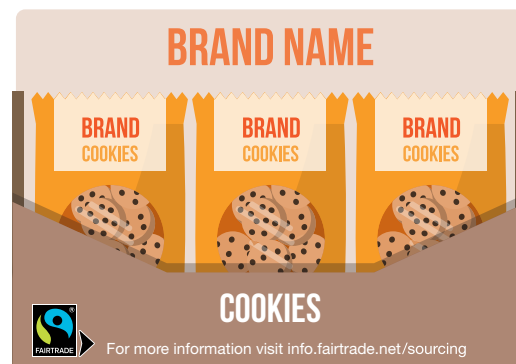
Znak nie musi być wydrukowany na ekspozytorze, jeśli widoczny jest co najmniej jeden znak FAIRTRADE na produkcie umieszczonym w ekspozytorze.

Więcej informacji – zob. sekcja dotycząca punktów sprzedaży na stronie 64.

#### Kartony z produktami luzem

Wszystkie kartony lub pojemniki używane do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom muszą być oznakowane nazwą marki i znakiem FAIRTRADE. Zalecane jest także, by znalazły się na nich nazwa lub opis produktu, FLO ID lub kod referencyjny NFO oraz nazwa licencjodawcy i kraj pochodzenia (na niektórych rynkach kod referencyjny NFO jest obowiązkowy).

Niektóre łańcuchy dostaw wymagają także wymienienia co najmniej 3 numerów FLO ID: firmy pakującej oraz podmiotów znajdujących się jeden poziom niżej i jeden poziom wyżej w łańcuchu dostaw. Te informacje możesz uzyskać od krajowej organizacji licencjonującej lub od FLOCERT. Te same wymagania obowiązują, kiedy znak FAIRTRADE znajduje się na samym produkcie. Dotyczy to m.in. kartonów dostawczych używanych także w sprzedaży detalicznej, np. bananów. Znaku FAIRTRADE nie wolno używać, jeśli nie wszystkie produkty mają certyfikat Fairtrade.



01



02

#### 01 Ekspozytory

Jeśli znak FAIRTRADE na opakowaniu produktu jest zastąpiony przez ekspozytor, znak, marka i nazwa/opis produktu muszą być wydrukowane na ekspozytorze.

#### 02 Ekspozytory

Jeśli przynajmniej jeden znak FAIRTRADE na produkcie w ekspozytorze jest widoczny, nie trzeba drukować znaku na samym ekspozytorze. W tym przykładzie ekspozytor zastępuje nazwę marki.



03



04

#### 03 Pojemniki z produktami sprzedawanymi luzem

Wszystkie kartony lub pojemniki używane do sprzedaży luzem produktów z certyfikatem Fairtrade bezpośrednio konsumentom muszą mieć znak FAIRTRADE.

#### 04 Produkty z certyfikatem oraz bez certyfikatu

Użycie znaku jest zabronione, jeśli nie wszystkie produkty w danym pojemniku mają certyfikat Fairtrade.

## OPAKOWANIA ZBIORCZE I DOSTAWA

Wszystkie kartony i pojemniki używane do transportu produktów z certyfikatem Fairtrade, które zostaną wykorzystane do sprzedaży detalicznej, muszą być oznakowane następującymi elementami: nazwa marki lub właściciela produktu, znak FAIRTRADE oraz nazwa lub opis produktu. Zalecane: tekst i URL Fairtrade. Powyższe elementy mogą być wydrukowane bezpośrednio na kartonie lub na etykietach naklejanych na karton.

Na niektórych rynkach wymagana jest nazwa licencjobiorcy lub kod referencyjny organizacji Fairtrade – prosimy o kontakt, jeśli oferujecie Państwo produkty na rynki zagraniczne.

W niektórych łańcuchach dostaw może być wymagany kod FLO ID, więc prosimy upewnić się, czy karton transportowy lub etykiety na nim są zgodne z wymaganiami FLOCERT.

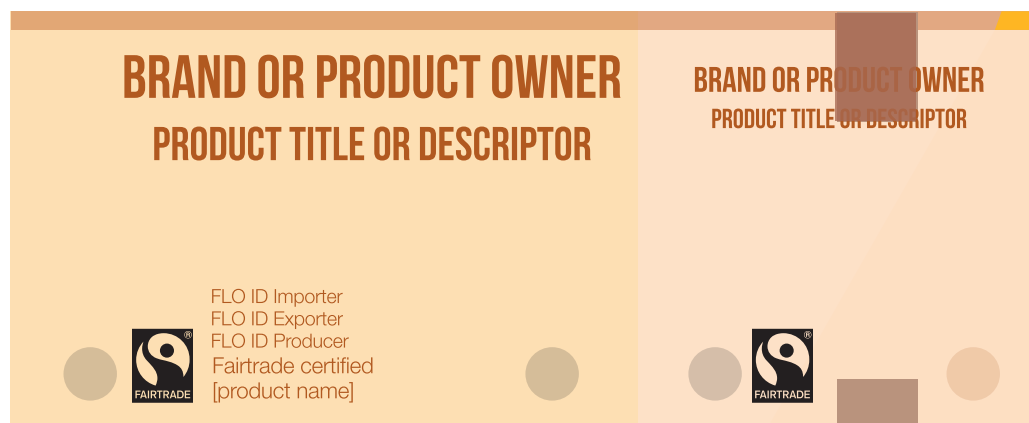
### Wyjątki

Użycie monochromatycznego znaku w kolorze czarnym na kartonach (pojemnikach) wykorzystywanych do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy znak zostanie wydrukowany na jasnym lub neutralnym tle, zob. s. 17.

Do zakomunikowania, że kartony transportowe zawierają produkty z certyfikatem, można użyć oznaczenia tekstowego zamiast drukowanego znaku, np. „100% kawy Fairtrade” czy „Banany z certyfikatem Fairtrade”.

### 01 Opakowanie zbiorcze

Opakowanie, którego można użyć do transportu, ale także do sprzedaży skierowanej bezpośrednio do konsumentów, np. kartony z winem, powinny być opatrzone kolorowym znakiem FAIRTRADE



### 02 Karton dostawczy

Użycie czarnego znaku na kartonach wykorzystywanych do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy znak zostanie wydrukowany na jasnym lub neutralnym tle.

# OPAKOWANIA PRODUKTÓW

## WYMAGANIA DOTYCZĄCE OPAKOWAŃ

### ZATWIERDZENIE PROJEKTU GRAFICZNEGO

Przed wydrukowaniem lub publiczną dystrybucją opakowań ze znakiem FAIRTRADE trzeba uzyskać pisemną zgodę krajowej organizacji Fairtrade lub Fairtrade International.

Dla większości rynków zatwierdzanie opakowań jest częścią przepływu pracy w systemie Connect.

Prosimy dokładnie sprawdzić projekt graficzny przed przedłożeniem go do zatwierdzenia, aby do minimum ograniczyć ewentualność składania go ponownie (błędy opóźnią cały proces). Niniejsze wytyczne można stosować do większości rodzajów opakowań, nie obejmują jednak wszystkiego. Jeśli potrzebne są dodatkowe wyjaśnienia któreś z przedstawionych tu kwestii lub dalsze porady, prosimy o kontakt (dane kontaktowe znajdują się na ostatniej stronie).

### OPAKOWANIA PRODUKTÓW - LISTA KONTROLNA

- Na produktach z ekspozycji oraz przeznaczonych do sprzedaży musi widnieć znak FAIRTRADE. Zalecana jest pełna wersja barwna znaku; s.13.
- Znak musi być umieszczony z przodu opakowania lub produktu i musi być widoczny dla konsumenta. Preferowane jest umieszczenie znaku w lewym lub prawym dolnym rogu lub blisko dolnej krawędzi z lewej lub prawej strony; s. 25 i 26.
- Znak zawsze należy umieścić tak, by nie było wątpliwości, że jest to niezależny znak certyfikacji produktu. Nie może być mylony z nazwą marki ani jej identyfikacją wizualną. Musi być mniej wyeksponowany niż marka i umieszczony z dala od niej; s. 25 i 26.
- Zastosowany znak musi mieć wielkość proporcjonalną do rozmiarów opakowania oraz innych elementów projektu; s.21 i 22.
- Oprócz powyższych elementów, zalecane jest także umieszczenie na opakowaniu nazwy i opisu produktu, nazwy właściciela produktu (np. licencjobiorcy) oraz kodu FLO ID producenta lub kodu referencyjnego NFO. Na niektórych rynkach kod referencyjny jest obowiązkowy, a wyjątki, w których obowiązuje kod FLO ID, są wymienione na odpowiednich stronach.
- Na każdym opakowanym produkcie konsumpcyjnym z certyfikatem Fairtrade musi znaleźć się tekst o Fairtrade; s.25 i 26.
- Pamiętaj, nie można przerabiać znaku FAIRTRADE, nie wolno dodawać do niego ani usuwać z niego żadnych elementów.
- W sprawie zatwierdzenia projektu graficznego skontaktuj się najpierw z lokalną organizacją Fairtrade lub z Fairtrade International pod adresem [license@fairtrade.net](mailto:license@fairtrade.net) w przypadku krajów bez NFO. Ostateczne zatwierdzanie projektów graficznych opakowań produktów poprzez system o nazwie Connect jest odpowiedzialnością krajowych organizacji Fairtrade (NFO lub FMO) lub Fairtrade International.

# 02

CZĘŚĆ DRUGA

## 2.2 WYMAGANIA SZCZEGÓŁOWE

TA SEKCJA OBEJMUJE UŻYCIE  
ZNAKU FAIRTRADE NA PRODUKTACH  
ŻYWNOŚCIOWYCH I NAPOJACH.  
ODDZIELNA SEKCJA DOTYCZY  
PRODUKTÓW NIESPOŻYWCZYCH:  
KWIATÓW, ROŚLIN ORAZ PIŁEK.



# ŻYWNOŚĆ I NAPOJE

## OWOCE I WARZYWA

### SPRZEDAWANE LUZEM

Warzywa i owoce sprzedawane luzem lub po kilka sztuk tego samego rodzaju, muszą być oznakowane indywidualnie znakiem FAIRTRADE. Jeśli kilka sztuk danego owocu jest sprzedawanych jako zestaw, np. kiść bananów, na każdym takim zestawie musi się znaleźć co najmniej jedna naklejka ze znakiem. Naklejki nie wolno używać do żadnych innych celów. Zobacz także następną stronę.

#### Naklejki bez marki

Naklejki mogą mieć kształt zaokrąglonego prostokąta lub owalu, o ile sam znak FAIRTRADE pozostanie niezmieniony. Nie można ich wykorzystywać do żadnego innego celu.

#### Informacje obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej \*
- Numer FLO-ID podmiotu handlowego na niektórych rynkach \*

#### Wygląd i rozmiar znaku

Znak FAIRTRADE musi być odtworzony dokładnie i wyraźnie z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. strona 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade i nic w nich nie zmieniać. Szerokość znaku musi wynosić nie mniej niż 7 mm i nie więcej niż 11 mm, mierząc od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

#### Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki tylko do sprzedaży produktów Fairtrade i w imieniu licencjodawcy (zob. Standardy Fairtrade).

\* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk



#### 01 Rozmiar

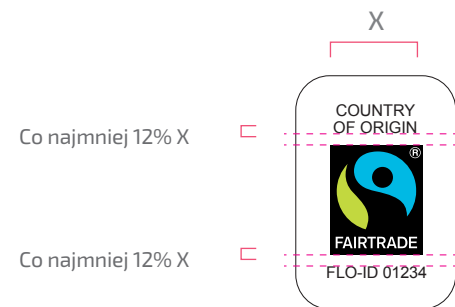
W zależności od wielkości naklejki znak musi mieć szerokość X (od 7 mm do 11 mm), mierzoną od jednej czarnej krawędzi do drugiej.



#### 03 Przykładowe naklejki

Przykładowe naklejki Fairtrade i Fairtrade Max Havelaar z nazwami krajów w jednym i dwóch wierszach, na zaokrąglonym prostokącie.

Czcionka: Arial lub Arial Narrow, w zależności od długości nazwy kraju. Wielkość czcionki można dopasować do miejsca na naklejce. Czcionka musi być w kolorze czarnym lub ciemnym odcieniu szarości.



#### Przykładowy układ

Naklejka o rozmiarach 28,4 mm x 19 mm tylko na potrzeby ilustracji. Szablony naklejek posiada krajowa organizacja Fairtrade.



#### 04 Przykładowe naklejki

Przykładowe owalne naklejki Fairtrade i Fairtrade Max Havelaar z nazwami krajów w jednym wierszu i w dwóch.

#### 02 Wyjątek

Tylko dla naklejek na owoce: między znakiem a tekstem należy pozostawić wolną przestrzeń wynoszącą co najmniej 12% szerokości znaku (mierzonej od jednej czarnej krawędzi do drugiej).

# ŻYWNOSĆ I NAPOJE

## OWOCE I WARZYWA

### SPRZEDAWANE LUZEM

#### NAKLEJKI NA BANANY

Na tych naklejkach może pojawić się nazwa marki, ale nie jest to wymagane. Idealnym kształtem dla naklejek nieoznakowanych marką jest zaokrąglony prostokąt. Projekt graficzny tych naklejek dostarcza lokalna organizacja Fairtrade.

Na każdej kiści bananów musi znaleźć się co najmniej jedna taka naklejka. Naklejek nie wolno stosować w żadnym innym celu. Na jednej kiści można umieścić kilka naklejek, ale nie więcej niż 3, z wyjątkiem sytuacji, kiedy kiść jest spięta taśmą, zobacz przykład w prawym dolnym rogu.

Jeśli stosowane jest opakowanie foliowe typu flowpack lub inne, należy zapoznać się z informacjami na stronie 40.

#### Informacje obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej \*
- Numer FLO-ID podmiotu handlowego na niektórych rynkach \*

#### Wygląd i rozmiar znaku

Znak musi być dokładnie i wyraźnie odwzorowany przy użyciu prawidłowych odniesień kolorystycznych (patrz strona 13). Należy używać wyłącznie plików dostarczonych przez Fairtrade, bez jakichkolwiek zmian. Szerokość znaku nie może być mniejsza niż 7 mm i większa niż 11 mm, mierzona od czarnej krawędzi do czarnej krawędzi. Słowa FAIRTRADE i MAX HAVELAAR muszą być czytelne.

#### Zastosowanie

Organizacje producentów mogą naklejać naklejki tylko w przypadku sprzedaży na warunkach Fairtrade i w imieniu licencjodawcy (patrz Standard Fairtrade).

\* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk.

#### Naklejki bez marki

Przykład naklejek bez marki umieszczonych na bananach. Preferowany kształt naklejki na banany to zaokrąglony prostokąt.



#### Kiście bananów spięte taśmą

Zastosowanie taśmy do spinania kiści bananów może zmniejszyć zużycie plastikowych torebek i jest dozwolone. Znak i tekst o Fairtrade, FLO ID oraz kod stosowany przez organizacje krajowe (jeśli wymagany) muszą być umieszczone razem na taśmie w czytelnym rozmiarze oraz muszą być wyraźnie widoczne na półce.

Jeśli sklep pozwala na odrywanie pojedynczych bananów ze spiętej taśmą kiści, zaleca się umieścić na każdym bananie naklejkę ze znakiem FAIRTRADE, krajem pochodzenia i numerem FLO ID, tak by przy kasie został zidentyfikowany właściwy produkt.

# ŻYWNOSĆ I NAPOJE OWOCE I WARZYWA SPRZEDAWANE LUZEM

## NAKLEJKA Z NAZWĄ MARKI

Naklejki mogą mieć kształt zaokrąglonego prostokąta lub owalu (znak FAIRTRADE musi pozostać bez zmian). Jeśli kilka sztuk danego owocu jest sprzedawanych jako jednostka, np. kiść bananów, na każdej takiej jednostce musi się znaleźć co najmniej jedna naklejka ze znakiem (zob. poprzednia strona). Wzór tych naklejek nie może być stosowany w żadnym innym celu. Informacje o naklejkach z marką umieszczanych na opakowaniach foliowych typu flowpack lub na innych formach opakowań – zob. s. 43.

### Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki (nie producenta)
- Oddzielający element graficzny, np. linia
- Znak FAIRTRADE
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej \*
- Numer FLO-ID podmiotu handlowego na niektórych rynkach \*

Zalecane: Nazwa produktu

### Znak i rozmiar

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany dokładnie i wyraźnie, z zastosowaniem oryginalnych kolorów (patrz strona 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade i nic w nich nie zmieniać. Szerokość znaku musi wynosić nie mniej niż 7 mm i nie więcej niż 11 mm, mierząc od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

### Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki w imieniu licencjodawcy tylko do owoców przeznaczonych na sprzedaż na warunkach Fairtrade (zob. Standardy Fairtrade).

\* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk.



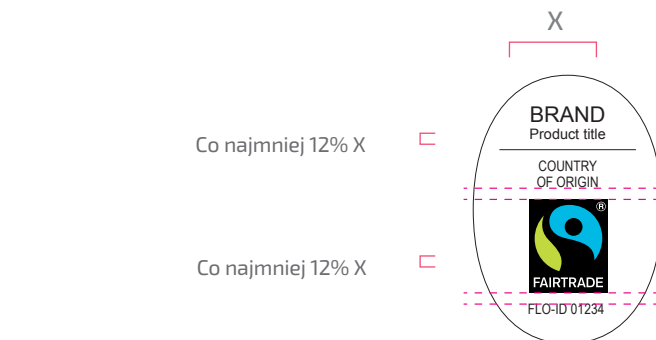
### Rozmiar

W zależności od wielkości naklejki znak musi mieć szerokość X (od 7 mm do 11 mm), mierzoną od jednej czarnej krawędzi do drugiej.



### Przykładowe naklejki

Przykład naklejek z nazwą marki (Fairtrade i Max Havelaar) oraz nazwą kraju w jednym wierszu lub dwóch.



### Przykładowy układ

naklejki z nazwą marki (tylko do zilustrowania). Szablony naklejek może dostarczyć krajowa organizacja Fairtrade.

### Wyjątek

Tylko dla naklejek na owoce: między znakiem a tekstem zostaw wolną przestrzeń wynoszącą co najmniej 12% szerokości znaku (mierzonej od jednej czarnej krawędzi do drugiej).



### Naklejki z nazwą marki

Przykład naklejek z marką na owocach.

# ŻYWNOSĆ I NAPOJE

## OWOCE I WARZYWA DROBNE LUB O NIERÓWNEJ POWIERZCHNI

Owoce i warzywa z certyfikatem Fairtrade, zbyt małe lub mające zbyt nierówną powierzchnię, by można było oznakować je indywidualnie (np. winogrona lub liczi) muszą być wystawiane na sprzedaż w pojemniku, łubiance lub woreczku. Te o nierównej powierzchni, np. ananasy, muszą być oznakowane metką wiszącą (przywieszką) lub nakładaną („kotnierzykiem”). Obowiązują wytyczne dotyczące opakowań zbiorczych (zob. s. 32 i 33).

### Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki lub właściciela produktu
- Znak FAIRTRADE
- Tekst o Fairtrade (zob. s. 57) – można umieścić na odwrotnej stronie metki
- Numer FLO-ID podmiotu handlowego na niektórych rynkach\*

Zalecane: numer FLO-ID producenta\* i nazwa produktu. Można też umieścić kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jest on obowiązkowy – NFO udzieli odpowiednich informacji.

### Rozmiar znaku

Szerokość znaku mierzymy od jednej czarnej krawędzi do drugiej, zob. tabela rozmiarów na stronie 22. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

### Wygląd znaku

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany dokładnie i wyraźnie, z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. s. 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade i nic w nich nie zmieniać.

### Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki w imieniu licencjobiorcy tylko do owoców przeznaczonych na sprzedaż (zob. Standardy Fairtrade).

\* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk.



### Inne informacje

Na pojemniku ekspozycyjnym mogą się znaleźć inne informacje, np. dotyczące produktu, kody kreskowe itd., o ile są wyraźnie oddzielone od

znaku FAIRTRADE. Na metkach wiszących i nakładanych takie informacje mogą być umieszczone tylko po drugiej stronie lub w środku, jeśli użyto metki składanej.

### 01 Metka wisząca lub nakładka

Owoce lub warzywa o nierównej powierzchni (np. ananasy) mają metkę wiszącą (przywieszkę) lub nakładaną („kotnierzyk”).



### 02 Pojemnik do ekspozycji

Owoce i warzywa zbyt małe lub mające zbyt nierówną powierzchnię, by można było oznakować je indywidualnie, muszą być wystawiane na sprzedaż w pojemniku, łubiance lub woreczku. Tekst o Fairtrade oraz numer FLO ID producenta można umieścić razem ze znakiem FAIRTRADE lub na odwrotnej stronie.



# ŻYWNOSĆ I NAPOJE

## OWOCE I WARZYWA PACZKOWANE

W przypadku paczkowanych warzyw i owoców znak FAIRTRADE musi pojawić się na opakowaniu typu flowpack/siatce, etykiecie opasującej, paczce, torebce czy pudełku. Na każdej jednostce sprzedażowej trzeba umieścić co najmniej jeden znak – w miejscu uznanym za przód opakowania.

### Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki lub właściciela produktu
- Znak FAIRTRADE
- Tekst o Fairtrade (zob. s. 57)
- Numer FLO-ID podmiotu handlowego na niektórych rynkach\*

Zalecane: numer FLO-ID producenta, kraj pochodzenia i nazwa produktu. Można też umieścić kod referencyjny NFO (obowiązkowy na niektórych rynkach).

### Wygląd i rozmiar znaku

Zobacz poprzednią stronę.

### Owoce i warzywa pakowane lub przepakowywane

Gdy owoce lub warzywa są pakowane w przezroczyste torby, opakowania typu flowpack lub podobne, muszą one posiadać naklejki z numerem FLO-ID producenta, więc na nowym opakowaniu kod nie jest obowiązkowy.

### Przezroczyste torby plastikowe

W przypadku drukowania bezpośrednio na przezroczystym podłożu, np. plastikowej torbie, musi zostać wydrukowana także biała obwódka znaku – zob. s. 11 i 14.

### Wyjątek

Na torbach plastikowych kilka znaków FAIRTRADE można powielać w formie wzorku, nadruku lub naklejanych maszynowo naklejek. Nie zwalnia to z obowiązku umieszczenia znaku FAIRTRADE z przodu opakowania, tam gdzie znajduje się główna etykieta. Między poszczególnymi znakami we wzorku należy zachować wolną przestrzeń – co najmniej 200% szerokości znaku.

### Zastosowanie

Obowiązuje ta sama zasada, co na poprzednich stronach dotyczących owoców i warzyw.



01



02



### 03 Kartony

Znak FAIRTRADE, jeśli jest używany, musi być umieszczony na przedniej ścianie opakowania wystawianego w punkcie sprzedaży i wyraźnie widoczny dla konsumenta. Zob. s. 32 i 33.

### Inne informacje

Na kartonie eksponowanym w punkcie sprzedaży można umieścić także inne informacje, np. dotyczące produktu, kody kreskowe itd., pod warunkiem, że są one wyraźnie oddzielone od znaku FAIRTRADE.

### 01 Etykiety na siatki z owocami

Na etykietach opasujących siatki z owocami znak FAIRTRADE i elementy obowiązkowe mogą być powielone przez całą długość etykiety.

### 02 Torba plastikowa

Znak FAIRTRADE wraz z tekstem o Fairtrade może być nadrukowany bezpośrednio na torbie lub na etykiecie samoprzylepnej, albo znajdować się zarówno na torbie jak i na naklejonej na nią etykiecie.

### 03 Wyjątek

Na torbach plastikowych z owocami i warzywami można umieścić znak FAIRTRADE powielony w stylu „tapety”. Znaki mogą być umieszczone ukośnie, o ile wszystkie są nachylone pod tym samym kątem.



03

### NAPOJE

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany na wszystkich rodzajach pojemników, w jakich sprzedawane są napoje, np. na butelkach, woreczkach, pojemnikach tetra-pak, kartonach i puszkach. Znak zawsze musi być umieszczony z przodu opakowania. Należy upewnić się, że znak jest umieszczony z dala od marki oraz zagięć, zagniecień, szwów, krawędzi czy zamknięć.

Te wytyczne dotyczą także wszystkich innych opakowań, takich jak pudełka prezentowe i opakowania zbiorcze, które pojawią się w sklepach.

Etykiety ze znakiem FAIRTRADE muszą być naklejone na butelki lub opakowania maszynowo (nie ręcznie).

#### Informacje obowiązkowe

- Przód opakowania: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Tył opakowania: Tekst o Fairtrade, kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach)

#### Informacje opcjonalne

Numer FLO-ID producenta



#### Krawędzie zszywane, klejone lub gięte

Na woreczkach, kartonach lub opakowaniach tetra-pak znak musi znajdować się z przodu i nie można go umieszczać na zgięciach, szwach, krawędziach lub miejscach zaklejenia czy zamknięcia.



#### Butelki i cylindryczne pojemniki

Na butelkach znak musi być wyraźnie widoczny, kiedy patrzymy z przodu. Może być wydrukowany na głównej etykiecie naklejonej na butelkę. Zob. też s. 29



#### Wiele ścianek przednich

Na opakowaniach lub pudełkach z wieloma ściankami, znak musi być umieszczony na każdej ścianie, którą można uznać za przód opakowania.



### NAPOJE

Znak FAIRTRADE można umieszczać na kilku ściankach (stronach) opakowania, ale obowiązkowe jest umieszczenie go na każdej ścianie (stronie), którą można uznać za przód, w zależności od możliwości ekspozycji towaru i projektu opakowania.

Jeśli opakowanie zbiorcze zastania znak FAIRTRADE umieszczony na samych butelkach, przynajmniej jeden znak musi być wydrukowany na przodzie opakowania zbiorczego.

Przy zastosowaniu materiałów z recyklingu w jasnym lub neutralnym kolorze i w przypadku ograniczeń kolorystycznych, można wyjątkowo użyć znaku FAIRTRADE w kolorze białym lub czarnym. Ograniczenia kolorystyczne trzeba przedstawić organizacji licencjonującej na jej wniosek.

Znak może być nadrukowany bezpośrednio na szklanej lub plastikowej butelce, w pełnej wersji barwnej, w wersji czarno-białej lub w monochromatycznej czarnej lub białej. Nie można stosować żadnych innych kolorów.

Jedynym wyjątkiem do użycia znaku FAIRTRADE w innej kolorystyce jest zgoda organu licencjonującego na odstępstwo ze względu na ograniczenia w druku lub zastosowaniu.

Tekst o Fairtrade jest obowiązkowy na zewnętrznym opakowaniu lub na butelce; może znajdować się z przodu, z boku lub z tyłu. Można stosować etykiety naklejane.



#### Opakowanie zewnętrzne na napoje

Znak może być wydrukowany z przodu lub z kilku stron opakowania. Musi być wydrukowany na opakowaniu, jeśli nie jest widoczny na samych napojach. Na materiałach z recyklingu w jasnym lub neutralnym kolorze można użyć znaku w czerni.



#### Szklane i plastikowe butelki

Znak może być nadrukowany bezpośrednio na szkło lub plastiku.

### ETYKIETY NA BUTELKI

Na butelkach, np. z winem, znak FAIRTRADE może być wydrukowany bezpośrednio na przednich i tylnych etykietach. Ewentualnie może być umieszczony na oddzielnej etykiecie paskowej, jak pokazano na następnej stronie.

#### Etykieta przednia

Na przodzie butelki znak powinien znajdować się na głównej etykiecie produktu, z dala od marki. Znak musi być wyraźnie widoczny, kiedy patrzymy na przód butelki. Znak można umieścić na oddzielnej etykiecie paskowej, bezpośrednio pod etykietą główną.

#### Etykieta tylna

Na tylnej etykiecie musi być wydrukowany tekst o Fairtrade i adres strony internetowej, wyraźnie oddzielone od opisu produktu. Zob. s. 56. Na tylnej etykiecie można powtórzyć znak FAIRTRADE, nie jest to jednak obowiązkowe.

#### Informacje obowiązkowe

- Przód opakowania: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Tył opakowania: tekst o Fairtrade

#### Rozmiar znaku

Na etykietach butelek 750 ml znak musi mieć od 11 mm do 13 mm szerokości. W przypadku mniejszych butelek prosimy kierować się tabelą rozmiarów dostępną na s. 22.



#### 01 Przód butelki

Znak musi być wyraźnie widoczny w widoku od przodu.

#### 02 Tekst o Fairtrade

Tekst o Fairtrade zawsze musi znaleźć się na tylnej etykiecie, ale może być też umieszczony na przodzie lub na etykiecie paskowej.

#### 03 Etykieta nakładana na szyjkę

Znak może być wykorzystany na etykiecie nakładanej na szyjkę, jeśli nazwa marki oraz znak FAIRTRADE są także wydrukowane na głównej etykiecie butelki. Na tej nakładce na szyjkę musi się także znaleźć numer FLO ID producenta lub kod referencyjny NFO.

### ETYKIETY PASKOWE

Jeśli znaku FAIRTRADE nie da się wydrukować bezpośrednio na etykiecie dla np. butelek z winem, można go umieścić na oddzielnej etykiecie paskowej pod etykietą produktu.

Wysokość etykiety paskowej będzie uzależniona od wolnej przestrzeni wokół znaku, a szerokość etykiety paskowej musi być zgodna z szerokością etykiety produktu.

Znaku nie wolno umieszczać wokół szyjki butelki, bo takie umiejscowienie zakłóca hierarchię znaków.

Prostokątna lub kwadratowa naklejka z samym znakiem FAIRTRADE nie jest dozwolona.

#### Rozmiar znaku

Na etykiecie paskowej na butelce 750 mm znak powinien mieć najwyżej 13 mm szerokości.

#### Informacje obowiązkowe

- Etykieta przednia: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Etykieta tylna: Tekst o Fairtrade musi się znaleźć na tylnej etykiecie, która może być oddzielnym paskiem.

#### Opcjonalnie

Znak FAIRTRADE na tylnej etykiecie.

#### Naklejanie

Przednie i tylne etykiety paskowe muszą być naklejane maszynowo, nie ręcznie.



#### 01 Etykieta przednia

Jeśli znak jest wydrukowany na oddzielnej etykiecie paskowej, musi być ona umieszczona poniżej głównej etykiety.

#### 02 Etykieta tylna

Tekst o Fairtrade może być umieszczony na etykiecie paskowej z tyłu butelki.

#### 03 Umiejscowienie znaku

Znaku nie wolno umieszczać na opasce wokół szyjki butelki. Prostokątna ani kwadratowa naklejka z samym znakiem też nie jest dozwolona.

### NAPOJE ALKOHOLOWE BĘDĄCE PRODUKTAMI ZŁOŻONYMI

Napoje alkoholowe, które są produktami złożonymi, w których wszystkie składniki, które mogą być Fairtrade, są Fairtrade, muszą być opatrzone znakiem FAIRTRADE ze strzałką oraz odpowiednim tekstem o Fairtrade, w zależności od rodzaju identyfikowalności składników. Zob. s. 56-57.

Mogą to być takie produkty złożone, jak piwa i cydry smakowe, smakowe sangrie, drinki w butelkach, alkoholowe napoje gazowane, szprycery itd.

Jeśli napój alkoholowy zawiera tylko jeden składnik Fairtrade, prosimy zapytać organizację licencjonującą o model FSI (jeden składnik Fairtrade w produkcie, zob. s.9).

Jeśli oznakowanie markowe ma bardzo jaskrawe kolory, nie jest dozwolone zastosowanie znaku czarnego ani znaku białego na etykietach butelek. Zob. s.15.

Obowiązują także pozostałe odpowiednie zasady.



Produkt alkoholowy złożony ze znakiem w pełnej wersji barwnej.



Produkt alkoholowy złożony ze znakiem czarno-białym.



Tekst o Fairtrade musi znaleźć się z tyłu (na etykiecie lub nadrukowany na butelce).

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## KWIATY

### POJEDYNCZE KWIATY ŁODYGOWE

Kwiaty jednopędowe lub inne elementy na jednej łodydze, takie jak liście, prezentowane i sprzedawane jako produkty z certyfikatem Fairtrade, muszą mieć przytwierdzoną do łodygi etykietę samoprzylepną ze znakiem FAIRTRADE. Dotyczy to kwiatów na pojedynczej łodydze sprzedawanych indywidualnie lub będących częścią bukietu.

Na etykietce przytwierdzonej do łodygi obowiązkowe jest podanie numeru FLO ID, a na niektórych rynkach także kodu referencyjnego NFO. Zaleca się także umieścić na etykietce nazwę kraju pochodzenia, markę lub nazwę/opis produktu.

#### Tekst o Fairtrade

Jeśli jest miejsce, na etykietce należy umieścić tekst o Fairtrade dla kwiatów (zob. s 49). Ze względu na ograniczone miejsce, umieszczanie tekstu o Fairtrade na małych etykietach nie jest obowiązkowe.

#### Informacje obowiązkowe

Na etykietce przytwierdzonej do łodygi: numer FLO ID producenta lub kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach).

#### Informacje opcjonalne

Tekst o Fairtrade lub odpowiedni adres internetowy Fairtrade.

#### Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą w imieniu licencjodawcy przytwierdzać takie etykiety tylko w celu sprzedaży kwiatów Fairtrade (zob. Standardy Fairtrade).



#### Etykieta samoprzylepna

Etykieta samoprzylepna na pojedyncze łodygi musi zawierać numer FLO ID producenta. Znaleźć się może na niej także kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach jest obowiązkowy).

Etykietę musi przytwierdzić licencjodawca lub organizacja producencka w imieniu licencjodawcy.

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## BUKIETY LUB WIĄZANKI

### 100% FAIRTRADE

#### KWIATY I PRZYBRANIE Z CERTYFIKATEM (ŁODYGI)

Znak FAIRTRADE musi być umieszczony na wszystkich wstępnie opakowanych kwiatach lub przybraniach z certyfikatem Fairtrade, w pojedynczych łodygach lub bukietach, prezentowanych i sprzedawanych jako Fairtrade.

Informacje obowiązkowe mogą być wydrukowane na opakowaniu, może być na nim naklejona etykieta lub można zastosować połączenie etykiety i druku na opakowaniu. Znak i tekst o Fairtrade (z adresem strony internetowej Fairtrade) muszą być razem.

##### Bukiety

Znaku FAIRTRADE nie wolno używać na bukietach skomponowanych ponownie, np. w kwiaciarni lub sklepie, w sytuacji gdy te bukiety zawierają także kwiaty lub przybranie bez certyfikatu; nie można ich także nazywać bukietami Fairtrade.

##### Informacje obowiązkowe

Na opakowaniu: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/ opis produktu, FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany), tekst o Fairtrade:

Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

##### Informacje opcjonalne

Właściciel produktu (np. Licencjobiorca)



01

## BRAND PRODUCT TITLE

FLO ID 12345



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

02

##### 01 Umieszczenie znaku

Aby zapewnić widoczność znaku w sytuacji, kiedy kwiaty są wystawione na sprzedaż w wiaderku, trzeba go umieścić na poziomie dwóch trzecich wysokości opakowania.

##### 02 Etykieta samoprzylepna

Wszystkie informacje obowiązkowe muszą zostać wydrukowane na opakowaniu lub na etykiecie naklejonej na opakowanie.



# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## KWIATY

### PRZEGLĄD TEKSTÓW O FAIRTRADE

#### TEKSTY O FAIRTRADE OBOK ZNAKU

Teksty o Fairtrade dla kwiatów muszą odzwierciedlać skład bukietu i jasno podawać zawartość kwiatów i przybrania z certyfikatem:

##### 01- Skład 100% Fairtrade (s. 47)

Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

##### Bukiety mieszane

Bukiety z jednym lub dwoma rodzajami kwiatów Fairtrade, a resztą nie pochodzącą od Fairtrade, są regulowane przez model Fairtrade Sourced Ingredient (FSI). Prosimy o zapoznanie się z dokumentem [Zasady używania znaków FSI](#).



## BRAND PRODUCT TITLE



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing) FLO ID 12345

01

## BRAND PRODUCT TITLE

Przybranie z farm konwencjonalnych

FLO ID 12345



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

02

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## ROŚLINY I KRZEWY

### ROŚLINY I KRZEWY

Rośliny i krzewy z certyfikatem Fairtrade, w doniczkach i bez, muszą mieć znak FAIRTRADE na pojemniku, opakowaniu lub etykiecie.

#### Informacje obowiązkowe

Na opakowaniu lub etykiecie:

- Znak FAIRTRADE, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany)
- Tekst o Fairtrade dla roślin.

#### Informacje opcjonalne

Kraj pochodzenia.

#### Tekst o Fairtrade dla roślin

Ta [nazwa rośliny] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade.

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)  
FLO ID 12345

Tekst o Fairtrade dla roślin może być wydrukowany na tej samej stronie etykiety co znak FAIRTRADE lub na odwrocie.

Numer FLO ID można umieścić obok tekstu Fairtrade lub w innym miejscu na etykiecie, np. na odwrocie.



#### 01 Etykiety wtykane do doniczki

Jeśli miejsce na etykiecie jest ograniczone, tekst o Fairtrade dla roślin może być wydrukowany na odwrocie etykiety.



#### 02 Etykiety samoprzylepne

Znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade dla roślin można umieścić na etykiecie.

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## CEBULKI

### CEBULKI

Dla cebulek z certyfikatem Fairtrade, sprzedawanych luzem lub w opakowaniu wstępnym, znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade muszą zostać umieszczone na kartonie. Poszczególne cebulki nie są oznakowane.

#### Cebulki zapakowane

Cebulki kwiatowe sprzedawane w siatce lub torbie muszą być oznakowane naklejaną etykietą lub taśmą z informacjami obowiązkowymi i opcjonalnymi.

#### Informacje obowiązkowe

- Na opakowaniu lub etykiecie: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany)
- Tekst o Fairtrade poniżej.

#### Informacje opcjonalne

Kraj pochodzenia.

#### Tekst o Fairtrade dla cebulek

Ta [nazwa cebulki] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade.

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)  
FLO ID 12345

Tekst o Fairtrade dla cebulek może być wydrukowany na tej samej stronie co znak FAIRTRADE lub z boku kartonu.

Numer FLO ID można umieścić obok tekstu Fairtrade lub w innym miejscu na kartonie wraz z pozostałymi informacjami o identyfikowalności.



# PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE

## MŁODY MATERIAŁ ROŚLINNY

### ROŚLINY WYHODOWANE W KRAJACH KONSUMENCKICH

Certyfikowanie młodego materiału roślinnego to dla producentów Fairtrade doskonała okazja, by sprzedawać więcej produktów na zasadach Fairtrade. Młody materiał roślinny jest produkowany przez organizacje producentów Fairtrade, hodowany do docelowego rozmiaru w kraju importującym lub konsumenckim przez podmioty mające certyfikat Fairtrade na taką działalność, a następnie sprzedawany konsumentom jako w pełni rozwinięte rośliny.

#### Młody materiał roślinny Fairtrade obejmuje:

- Młode rośliny
- Sadzonki roślin (ukorzenione i nieukorzenione)
- Pędy

Oznacza to, że tylko młody materiał roślinny ma certyfikat Fairtrade i dlatego opracowano inny tekst o Fairtrade. Na opakowaniach i w materiałach promocyjnych należy używać znaku FAIRTRADE razem z tym obowiązkowym tekstem.

#### Elementy obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE, nazwa marki lub właściciela produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli wymagany).
- Tekst o Fairtrade na temat młodego materiału roślinnego.

#### Tekst o Fairtrade na temat młodego materiału roślinnego.

[Młoda roślina/sadzonka/pęd; opcjonalnie: nazwa rośliny] wyprodukowana przez pracowników gospodarstw rolnych Fairtrade w [region lub kraj] i [opcjonalnie: nazwa w pełni rozwiniętej rośliny] wyhodowana w [kraj/UE].

Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

Uwaga: W opcjonalnych częściach obowiązkowego tekstu, wpisanych w [ ], można podać nazwę młodej rośliny, rośliny w pełni rozwiniętej oraz nazwy krajów pochodzenia i przeznaczenia.



**BRAND**  
**PRODUCT TITLE**



FLO ID 12345

Fairtrade Claim for young  
plant materials  
[info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

#### 01 Etykiety wtykane do doniczek

Przykład znaku FAIRTRADE z przodu oraz obowiązkowego tekstu o Fairtrade na odwrocie etykiety wtykanej do doniczki. Znak i tekst można umieścić po tej samej stronie etykiety.

**BRAND**  
**PRODUCT TITLE**



[Young plant/cutting/cane. Optional: name of plant] produced by Fairtrade farm workers in developing countries (or region or country) and [optional: name of fully grown plant] finished/fully grown in [country/EU]. Visit [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

#### 02 Etykiety samoprzylepne

Znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade dla młodego materiału roślinnego można umieścić na naklejce.

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## PIŁKI SPORTOWE

### PIŁKI SPORTOWE

Na piłkach sportowych szytych (klejonych, zgrzewanych) na zasadach Fairtrade musi się znaleźć nazwa marki lub klubu, znak FAIRTRADE z dołączonym tekstem informacyjnym oraz kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany). Informacje te muszą być wydrukowane bezpośrednio na panelach piłki. Znak powinien być widoczny z każdej perspektywy, ale nie może być wydrukowany na piłce więcej niż trzy razy.

#### Informacje obowiązkowe

Nazwa marki lub klubu musi być wydrukowana na powierzchni piłki oraz być większa i bardziej wyeksponowana od znaku FAIRTRADE. Znakowi musi towarzyszyć informacja określająca rodzaj piłki:

Piłka [rodzaj] uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade.

**Przykład:** Piłka nożna uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade.

#### Informacje opcjonalne

Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych jest opcjonalny.

Pod opisem towarzyszącym znakowi FAIRTRADE można umieścić numer FLO ID producenta i/lub kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jedna z tych informacji lub obie mogą być obowiązkowe.

#### Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

Piłka [rodzaj] uszyta przez pracowników zatrudnionych zgodnie ze standardami Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)



Piłka nożna uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade.  
FLO ID 12345 / kod referencyjny NFO

01

FLO ID 12345 / kod referencyjny NFO

02

#### 01 Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

Tekst informacyjny musi być wydrukowany bezpośrednio pod każdym znakiem FAIRTRADE.

#### 02 Kod referencyjny

Na piłce może być wydrukowany numer FLO ID lub kod referencyjny NFO, pod znakiem FAIRTRADE lub na oddzielnym panelu. Na niektórych rynkach numer FLO ID i/lub kod referencyjny mogą być obowiązkowe.

# PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

## PIŁKI SPORTOWE

### PIŁKI SPORTOWE PAKOWANE

Pakowane piłki sportowe z certyfikatem Fairtrade muszą mieć nazwę marki lub klubu, znak FAIRTRADE, tekst o Fairtrade dla piłek sportowych i/lub adres strony internetowej Fairtrade na opakowaniu (pudełku, siatce, folii itd.). Na opakowaniu opcjonalnie może znaleźć się także numer FLO ID lub kod referencyjny NFO.

Jeśli nazwa marki i znak FAIRTRADE wydrukowane na piłce są wyraźnie widoczne, nie trzeba ich powtarzać na opakowaniu zewnętrznym.

#### Informacje obowiązkowe

Nazwa marki lub klubu, znak FAIRTRADE, tekst o Fairtrade dla piłek sportowych.

#### Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

Piłka sportowa uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing).

#### Informacje opcjonalne

Pod opisem towarzyszącym znakowi FAIRTRADE można umieścić numer FLO ID producenta i/lub kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jedna z tych informacji lub obie mogą być obowiązkowe.



#### 01 Opakowanie zewnętrzne

Jeśli nazwa marki i znak FAIRTRADE wydrukowane na piłce są wyraźnie widoczne, nie trzeba ich powtarzać na opakowaniu zewnętrznym, ale można je tam umieścić.



#### 02 Opakowanie zewnętrzne

Jeśli nazwa marki jest wyraźnie widoczna, ale znak FAIRTRADE nie, znak można wydrukować na opakowaniu zewnętrznym, razem z tekstem dla piłek sportowych. Jeśli nazwa marki też nie jest widoczna, ona także musi zostać wydrukowana na opakowaniu.



# 02

CZĘŚĆ DRUGA

## 2.3 TEKSTY O FAIRTRADE

TEKST O FAIRTRADE TO  
KRÓTKI TEKST WYJAŚNIAJĄCY  
KONSUMENTOM ZNACZENIE ZNAKU  
FAIRTRADE.

TEKST O FAIRTRADE I ADRES URL  
FAIRTRADE SĄ OBOWIĄZKOWE NA  
KAŻDYM OPAKOWANIU.

## TEKSTY O FAIRTRADE – PRZEGLĄD

### Teksty o Fairtrade

Teksty o Fairtrade stosuje się na opakowaniach produktów złożonych lub jednoskładnikowych ze składnikami fizycznie identyfikowalnymi lub pozyskiwanymi na zasadzie bilansu masy.

Fairtrade International - właściciel systemu certyfikacji Fairtrade - ma siedzibę w Europie, gdzie zarejestrowane są także poszczególne wersje znaków FAIRTRADE, dlatego ich używanie podlega prawu europejskiemu.

Ze względu na przepisy Unii Europejskiej, **składniki Fairtrade i/ lub zawartość procentowa składników Fairtrade muszą być zidentyfikowane na liście oddzielnej od listy składników produktu**. W głównym wykazie składników produktu do oznaczania składników Fairtrade i/ lub procentowej zawartości składników **nie można** używać pisemnych lub graficznych elementów identyfikacyjnych, na przykład pogrubionej czcionki lub symboli.

W punkcie 2.2.3 standardu Fairtrade dla traderów zawartość składników Fairtrade w żywnościowym produkcie złożonym musi być podana na opakowaniu w procentach, **o ile nie jest to sprzeczne z przepisami prawa krajowego**. Składniki Fairtrade, które dopuszczono w ramach wyjątku (sekcja 2.2.4), muszą być oddzielnie zidentyfikowane na opakowaniu.

Zaleca się, aby informacja o składnikach Fairtrade i/ lub procentowej zawartości składników w produkcie była podana na stronie internetowej Licencjobiorcy i/ lub marki. Treści tej strony muszą zostać przedłożone organowi licencyjnemu do zatwierdzenia.

Teksty o Fairtrade na opakowaniach są różne dla produktów ze składnikami, które mają fizyczną identyfikowalność i dla tych, które są sprzedawane przy użyciu bilansu masy. Tekst o Fairtrade na opakowaniu jest obowiązkowy i może być zamieszczony w więcej niż jednym języku.

Należy pamiętać, że poniższe uwagi nie stanowią porady prawnej, a jedynie **wytyczne dotyczące tekstów o zrównoważonym rozwoju związanych z Fairtrade**. Zmiany mają na celu umożliwienie licencjobiorcom

dalszego umieszczania na opakowaniach tekstu o zgodności produktu z międzynarodowymi standardami Fairtrade, a także z wymogami regulacyjnymi.

Licencjobiorca jest odpowiedzialny za zapewnienie, że opakowanie produktu jest zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa w jurysdykcji obszaru (obszarów), w których produkt jest sprzedawany.

Licencjobiorcy są **ostatecznie odpowiedzialni** za przestrzeganie obowiązujących przepisów krajowych.

Pracownicy Fairtrade nie będą weryfikować tekstów licencyjnych dotyczących zrównoważonego rozwoju, które nie są związane z Fairtrade (a **zostały zamieszczone przez markę, firmę, korporację, właściciela produktu lub certyfikowanego przedsiębiorcę**).

**Wszelkie inne teksty dotyczące zrównoważonego rozwoju związane z Fairtrade nie są obecnie dozwolone na opakowaniu.**

### Tekst o FSI zmieniony w 2025 r.

Fairtrade zmieniło teksty na opakowaniach zgodnie z wymaganiami dyrektywy [Unii Europejskiej](#) o wzmocnieniu pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej. Dyrektywa musi zostać wdrożona do prawa krajowego państw członkowskich UE do marca 2026 r. i wchodzi w życie **27 września 2026 r.**

Celem dyrektywy jest zakazanie stosowania nieuzasadnionych lub wprowadzających w błąd tekstów dotyczących zrównoważonego rozwoju. Dyrektywa reguluje, że etykiety dotyczące zrównoważonego rozwoju muszą opierać się na systemie certyfikacji z niezależną weryfikacją przez stronę trzecią albo być ustanowione przez organ publiczny.

Kolejnym wymogiem dyrektywy jest to, aby sformułowanie każdego tekstu o zrównoważonym rozwoju składanego przez firmy było **jasne, zgodne z prawdą, niewprowadzające w błąd i łatwe do zrozumienia dla konsumentów**. Tekst o zrównoważonym rozwoju musi odnosić się do produktu, na którego opakowaniu się znajduje.

### Informacje obowiązkowe

Ta globalna aktualizacja tekstów o Fairtrade będzie miała wpływ na wszystkich partnerów handlowych Fairtrade, którzy posiadają umowę licencyjną z organem licencyjnym Fairtrade, niezależnie od tego, czy działają w UE.

### Strona internetowa Fairtrade

Tekst o Fairtrade, określający certyfikowane składniki Fairtrade, oraz odpowiedni adres strony internetowej Fairtrade muszą zostać umieszczone na opakowaniu.

Tekst o Fairtrade musi być umieszczony na opakowaniu w co najmniej jednym języku, najlepiej w języku angielskim, wraz z informacją o stronie internetowej Fairtrade: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing).

### Strona internetowa Fairtrade

Adres strony internetowej Fairtrade znajduje się w tekście o Fairtrade; ma ona na celu udzielenie konsumentom dodatkowych informacji na temat pozyskiwania produktów Fairtrade. W przypadku sprzedaży międzynarodowej należy korzystać z międzynarodowej strony internetowej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing).

Gdy produkt jest **sprzedawany wyłącznie w kraju**, w którym działa Krajowa Organizacja Fairtrade (NFO) lub Fairtrade Marketing Organisation (FMO), dozwolone jest korzystanie z krajowej strony internetowej.

### Typ identyfikowalności

Istnieją odrębne teksty w zależności od rodzaju systemu kontroli łańcucha dostaw - identyfikowalność fizyczna oraz bilans masy. W przypadku bilansu masy dostępne są warianty o różnej długości, w zależności od dostępnej przestrzeni.

### Informacje opcjonalne

Znak FAIRTRADE może być dodatkowo umieszczony z tyłu opakowania, jeśli jest na to miejsce, ale nie jest to obowiązkowe.

### Tłumaczenia tekstów o Fairtrade

Wersje polskie tekstu o Fairtrade dotyczącego fizycznej identyfikowalności i bilansu masy znajdują się na następnych stronach.

# TEKSTY O FAIRTRADE

## FIZYCZNA IDENTYFIKOWALNOŚĆ

### FIZYCZNA IDENTYFIKOWALNOŚĆ

#### Zastosowanie:

##### Produkty złożone lub jednoskładnikowe.

Więcej informacji na temat regulacyjnych aspektów tekstów o Fairtrade można znaleźć na poprzedniej stronie.

Prosimy pamiętać, że obowiązek zapewnienie zgodności opakowania produktu ze wszystkimi odpowiednimi przepisami dotyczącymi znakowania w danej jurysdykcji na obszarze (obszarach), na których sprzedawany jest produkt, spoczywa na licencjobiorcy.

W przykładowym tekście

- Tekst wewnątrz nawiasów { } jest opcjonalny.
- Tekst wewnątrz nawiasów [ ] należy zastąpić odpowiednią nazwą lub informacją.
- Tekst wewnątrz nawiasów ( ) jest obowiązkowy, np. (bilans masy)

### TEKSTY O FAIRTRADE

#### 1. W przypadku składników z fizyczną identyfikowalnością

[nazwa składnik(ów) Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade, całkowita zawartość {nazwa składnika(ów)}: xx %. Więcej {informacji} [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

#### Przykłady

Kawa ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade, całkowita zawartość kawy: 100 %.

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

Orzechy i rodzynki mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade, całkowita zawartość orzechów i rodzynek: 12 %.

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing)

Można dołączyć tekst wskazujący pochodzenie składnika(ów) zatwierdzony przez organ wydający licencje.

#### 2. Teksty opcjonalne

Ze względu na przepisy, które wejdą w życie z dniem 27 września 2026 r. w Unii Europejskiej, oraz inne podobne przepisy na całym świecie dotyczące tekstów o zrównoważonym rozwoju, żadne opcjonalne oświadczenia o zrównoważonym rozwoju nie są obecnie dozwolone na opakowaniu.

W przypadku dyrektywy w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w kontekście zielonej transformacji, która jest główną zmianą regulacyjną, oświadczenia o zrównoważonym rozwoju dotyczące produktu i/lub jego łańcucha dostaw muszą być specyficzne dla tego produktu i/lub łańcucha dostaw.

Ogólne lub ogólnikowe teksty dotyczące zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do programów, działań, wkładów lub planów zrównoważonego rozwoju są niedozwolone.

W ramach globalnego systemu zarządzania tekstami Fairtrade International dokonuje przeglądu i opracowuje opcjonalne teksty do stosowania głównie poza opakowaniami.

Teksty o zrównoważonym rozwoju **dotyczące produktu**, które można **uzasadnić w odniesieniu do całego cyklu życia produktu i jego opakowania**, mogą być wykorzystane na opakowaniu po zakończeniu przeglądu przez Fairtrade International.

Na chwilę obecną żadne inne **teksty dotyczące zrównoważonego rozwoju związane z Fairtrade nie są dozwolone na opakowaniach**.

### BILANS MASY

Bilans masy jest dozwolony tylko w przypadku kakao, cukru, herbaty i soków owocowych Fairtrade. Grupowy (wielozakładowy) bilans masy jest dozwolony tylko dla kakao i cukru.

#### Zastosowanie:

1. Produkty złożone (np. batoniki) lub jednoskładnikowe (np. herbata, sok owocowy).
2. Produkty złożone z mieszanką składników identyfikowalnych i nieidentyfikowalnych.

Słowo „certyfikowany”, używane w odniesieniu do składnika, oznacza fizyczną identyfikowalność, nie może być więc używane do bilansu masy.

Składnik Fairtrade pochodzący z łańcucha dostaw opartego na bilansie masy nie może być identyfikowany jako „Fairtrade” (np. „kakao Fairtrade”), ponieważ kakao z certyfikatem Fairtrade może nie znajdować się w produkcie końcowym. Zob [s. 31](#).

Składniki Fairtrade zidentyfikowane w tekście o bilansie masy to składniki pozyskane na zasadach Fairtrade. Tekst na opakowaniu **nie może sugerować, że składnik pozyskany na zasadach bilansu masy znajduje się fizycznie w produkcie oznaczonym znakiem FAIRTRADE.**

Więcej informacji na temat regulacyjnych aspektów tekstów o Fairtrade można znaleźć na [s. 55](#).

Zalecane jest podawanie informacji o składnikach Fairtrade i/lub procentowej ilości tych składników w produkcie na stronie internetowej prowadzonej przez licencjobiorcę i/lub markę. Treść takiej podstrony trzeba przedstawić do zatwierdzenia organizacji licencjonującej.

### TEKSTY O FAIRTRADE

#### 1. Teksty o Fairtrade

[Składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade {podczas przetwarzania}. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade jest równa ilości potrzebnej do wytworzenia [nazwa produktu końcowego] na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość [składnika bilansu masy]: xx %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

#### Przykład

Kakao Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z cukrem bez certyfikatu Fairtrade podczas przetwarzania. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość kakao Fairtrade jest równa ilości potrzebnej do wytworzenia czekolady na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość kakao: 71%. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing).

#### 2. Wersja skrócona – w przypadku ograniczonej przestrzeni

[Składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Całkowita zawartość [składnika bilansu masy]: xx %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

#### Przykład

Kakao i cukier Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z kakao i cukrem bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Całkowita zawartość kakao i cukru: 65 %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

#### 3. Wersja bardzo krótka (wyjątkowe zastosowanie tylko gdy przestrzeń na opakowaniu jest ograniczona, np. gdy wymaganych jest kilka języków)

[Składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade, stosując bilans masy. Całkowita zawartość [składnika bilansu masy]: xx %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

#### Przykład

Kakao Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z kakao bez certyfikatu Fairtrade, stosując bilans masy. Całkowita zawartość kakao: 56%. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

#### Teksty o fizycznej identyfikowalności co najmniej jednego składnika

Jeżeli Licencjobiorca jest w stanie zadeklarować fizyczną identyfikowalność dla jednego lub większej liczby składników, lub tylko dla jednego składnika, podczas gdy pozostałe są objęte bilansem masy, można zastosować tekst o mieszanej identyfikowalności (zob. następną stronę). Deklarowanie identyfikowalności fizycznej jest możliwe wyłącznie wtedy, gdy **łańcuch dostaw produktu ma zarejestrowaną Dobrowolną Identyfikowalność Fizyczną (VPT) w FLOCERT/INTACT.**

#### Teksty opcjonalne

Zob. poprzednia strona.

#### Inne teksty

Nie jest dozwolone komunikowanie korzyści dla producentów Fairtrade w konkretnym kraju w odniesieniu do kakao, cukru, herbaty lub soków owocowych (składników objętych bilansem masy) oraz nie wolno wprost ani pośrednio sugerować, że składnik objęty bilansem masy jest fizycznie obecny w opakowaniu produktu.

#### Twierdzenia dotyczące pochodzenia

Niedozwolone jest opieranie twierdzeń dotyczących pochodzenia kakao i cukru na certyfikacie Fairtrade – składniki te są nadal przedmiotem obrotu w systemie bilansu masy, co oznacza, że certyfikowane kakao i/lub cukier mogą nie znajdować się w opakowaniu produktu.

- Tekst wewnątrz nawiasu { } jest opcjonalny.
- Tekst wewnątrz nawiasu [ ] należy zastąpić nazwą składnika lub odpowiednią informacją.
- Tekst wewnątrz nawiasu ( ) jest obowiązkowy, np. (bilans masy)

# TEKSTY O FAIRTRADE IDENTYFIKOWALNOŚĆ MIESZANA Z PONAD 50 % ZAWARTOŚCIĄ PŁYNÓW

## SKŁADNIKI FIZYCZNIE IDENTYFIKOWALNE ORAZ Z BILANSU MASY

Jeśli produkt zawiera składniki, które wykorzystują różne rodzaje identyfikowalności, rozróżnienie musi być dokonane w tekście o Fairtrade. Przykład:

### Wersja skrócona

[nazwa składnik(ów) Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, całkowita zawartość [nazwa składnik(ów)]: xx %. [nazwa składnik(ów) Fairtrade] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade, stosując bilans masy. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Przykład

Wanilia i cynamon mają certyfikat Fairtrade, całkowita zawartość 4 %. Kakao Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z kakao bez certyfikatu Fairtrade, stosując bilans masy. Całkowita zawartość kakao: 46 %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Preferowana wersja

[nazwa składnik(ów) Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, został pozyskany od producentów Fairtrade, całkowita zawartość [nazwa składnik(ów) Fairtrade] xx %. [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade {podczas przetwarzania}. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade jest równa ilości potrzebnej do wytworzenia [nazwa produktu końcowego] na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość [składnik(ów) bilansu masy]: xx %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Przykład

Wanilia i cynamon mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, całkowita zawartość wanilii i cynamonu 4 %. Kakao Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z kakao bez certyfikatu Fairtrade {podczas przetwarzania}. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość kakao Fairtrade jest

równa ilości potrzebnej do wytworzenia czekolady na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość kakao: 46 %.

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Wyjątek

Jeśli na przykład składniki czekolady, takie jak miazga kakaowa i masło kakaowe, mają różne rodzaje identyfikowalności, a jednym z nich jest bilans masy, można zastosować samą informację o bilansie masy, aby uniknąć dezorientacji konsumenta.

## PRODUKTY ZAWIERAJĄCE PONAD 50 % PŁYNÓW

W przypadku produktów zawierających ponad 50 % wody lub płynnego nabiału licencjobiorcy mogą wyłączyć całą dodaną wodę lub nabiał z obliczeń procentowych. Dotyczy to także soków z koncentratu, ale nie świeżych soków. Na przykład, jeśli procentowa zawartość cukru w napoju gazowanym została obliczona na 85 % bez uwzględnienia zawartości wody, należy wskazać na opakowaniu, że obliczenia te zostały dokonane bez uwzględnienia wody.

Obok ilości procentowej składnika Fairtrade (jeśli jest obliczana z wyłączeniem wody lub nabiału) należy dodać tekst: „nie licząc wody”, „nie licząc nabiału”, „nie licząc mleka”, „nie licząc jogurtu”, „nie licząc (nazwa płynnego składnika, który jest wyłączony z obliczeń)”. Więcej informacji na ten temat znajduje się w sekcji 2.2.2 standardu Fairtrade dla przedsiębiorców.

Należy stosować tekst o Fairtrade na opakowaniu dla odpowiedniego typu identyfikowalności.

### Fizycznie identyfikowalne składniki

Cała [nazwa składnik(ów) Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Całkowita zawartość [nazwa składnik(ów) Fairtrade] (nie licząc nabiału): XX %. Więcej {informacji}: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Przykład

Całość kawy ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Całkowita zawartość kawy (nie licząc nabiału): 84 %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Dla składników bilansu masy

Całość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z cukrem bez certyfikatu Fairtrade {podczas przetwarzania}. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade jest równa ilości potrzebnej do wytworzenia [nazwa produktu końcowego] na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość [składnik bilansu masy] (nie licząc wody): XX %. Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Przykład dla składników bilansu masy

Całość cukru Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z cukrem bez certyfikatu Fairtrade podczas przetwarzania. Bilans masy oznacza, że łączna użyta ilość cukru Fairtrade jest równa ilości potrzebnej do wytworzenia napoju na zasadach Fairtrade (bilans masy). Całkowita zawartość cukru (nie licząc wody): 85 %. Odwiedź [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

## ZASTOSOWANIE

Sekcja 2.1 „Identyfikowalność” Standardu Fairtrade dla przedsiębiorców dotyczy wszystkich podmiotów Fairtrade.

Sekcja 2.2 „Skład produktu” dotyczy wszystkich spożywczych produktów złożonych certyfikowanych od 1 lipca 2011 r.

Jeśli chodzi o zmiany w Standardach Fairtrade, okres przejściowy na zastosowanie oznakowania zgodnego z aktualnymi standardami Fairtrade dla przedsiębiorców został określony w umowie licencyjnej. W celu uzyskania dalszych informacji prosimy kontaktować się z organizacją licencjonującą.





**CZĘŚĆ TRZECIA**

**MATERIAŁY PROMOCYJNE**



# 03

CZĘŚĆ TRZECIA

## 3.1 PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

TA SEKCJA OBEJMUJE ZASTOSOWANIE  
ZNAKU FAIRTRADE DO KOMUNIKACJI  
W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ,  
W KAWIARNICH I RESTAURACJACH,  
W REKLAMIE DRUKOWANEJ  
I INTERNETOWEJ ORAZ DO PROMOCJI.

# MATERIAŁY PROMOCYJNE PRZEGLĄD

## PRZEGLĄD

Pamiętaj, że wszystkie produkty identyfikowane i promowane jako Fairtrade muszą mieć certyfikat Fairtrade oraz odpowiedni znak FAIRTRADE. W tej sekcji mowa o zastosowaniu znaku na materiałach promocyjnych używanych w hotelach, restauracjach, kawiarniach, cukierniach i na automatach sprzedających.

### Umiejscowienie

Elementy Fairtrade na materiale promocyjnym muszą być umieszczone lub zgrupowane razem, zob. s.28. Zawsze muszą być mniej wyeksponowane niż marka i nigdy nie mogą być wykorzystywane w sposób sugerujący lansowanie lub sponsorowanie wydarzenia czy marki przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade (NFO), jeśli te nie udzieliły na to pisemnej zgody. Materiały promocyjne powinny znajdować się w pobliżu produktów Fairtrade.

### Oznakowanie wspólne z innymi znakami etycznymi

Obowiązkowe elementy Fairtrade muszą być przedstawione tak, aby widać było ich niezależność od innych znaków etycznych, zob. s. 20. Znak FAIRTRADE nie może dominować i sprawiać przez to wrażenie „zawłaszczania” materiałów promocyjnych.

Uwaga: W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



01



02

### 01 Elementy Fairtrade

Elementy Fairtrade muszą być zgrupowane razem i być mniej wyeksponowane niż marka

### 02 Nazwa marki

Na materiałach promocyjnych nazwa marki i/lub logo marki muszą być zawsze wyraźnie widoczne

### 03 Przekaz

Przekaz na temat produktu Fairtrade musi być klarowny.



03

## PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

### Kawiarnie i restauracje

Niniejsze wytyczne mają umożliwić prawidłowe promowanie produktów Fairtrade w przestrzeni publicznej. Przedstawione w materiałach promocyjnych produkty muszą być wyraźnie powiązane ze znakiem FAIRTRADE, któremu towarzyszy hasło nawiązujące do produktów, np. wezwwanie do działania albo krótki opis, np.:

Nasza kawa i herbata English Breakfast posiadają certyfikat Fairtrade.

Na takich przedmiotach jak tablice menu, kubki czy karty lojalnościowe może znajdować się tylko jeden znak FAIRTRADE.

### Kubki lub opaski na kubki

Znak FAIRTRADE na jednorazowych kubkach lub opaskach (ochraniaczach) na kubki można umieścić tylko wtedy, gdy firma lub marka oferuje wyłącznie produkty z certyfikatem Fairtrade w całej kategorii produktów, a na kubku lub opasce zamieszczono nazwę marki.

### Przykłady tekstów

Oferujemy wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade.

Herbaty (odpowiednie nazwy) mają certyfikat Fairtrade.

Serwujemy kawę i herbatę z certyfikatem Fairtrade

### Informacje opcjonalne

Strona internetowa Fairtrade

Więcej: [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

Uwaga: W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawy) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



01



02



03

### 01 Elementy Fairtrade

Elementy Fairtrade muszą być zgrupowane razem i być mniej wyeksponowane niż marka

### 02 Nazwa marki

Na materiałach promocyjnych nazwa marki i/lub logo marki muszą być zawsze wyraźnie widoczne

### 03 Przekaz

Przekaz na temat produktu Fairtrade musi być klarowny

## STOSOWANIE SŁOWA FAIRTRADE

Słowa „Fairtrade” można używać wyłącznie w odniesieniu do produktów z certyfikatem Fairtrade: „Kawa z certyfikatem Fairtrade”. Prosimy o nieużywanie słowa Fairtrade w sensie ogólnym, bez podania konkretnego składnika Fairtrade.

Na przykład nie należy używać sformułowania „cappuccino Fairtrade” czy „latte Fairtrade”, bo to kawa zawarta w tym napoju ma certyfikat Fairtrade, a nie samo cappuccino. Nie wolno także stosować takich określeń jak „menu Fairtrade” czy „Jesteśmy kawiarnią Fairtrade”.

Aby móc użyć zdania „Oferujemy wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade”, wszystkie rodzaje serwowanej kawy, w tym kawa przelewowa i bezkofeinowa, muszą mieć certyfikat Fairtrade i być opatrzone znakiem FAIRTRADE.

To samo dotyczy innych produktów, takich jak herbata i napoje czekoladowe.

Znaku nie wolno stosować w odniesieniu do produktów, które nie mają certyfikatu Fairtrade.



### Prawidłowe zastosowanie

Przedstawione produkty Fairtrade zawsze muszą być jasno powiązane ze znakiem FAIRTRADE.

Produkty ze znakiem FAIRTRADE muszą być oznaczone gwiazdką odsyłającą do opisu, w którym wymienione są dostępne produkty.



### Czego unikać

1. Nie używaj takich terminów jak „menu Fairtrade” czy „kawiarnia Fairtrade”.
2. Nie opisuj słowem Fairtrade produktów, które nie są w 100% Fairtrade.
3. Produkty Fairtrade i spoza Fairtrade muszą być wyraźnie rozdzielone.
4. Nie używaj słowa Fairtrade w sensie ogólnym, bez podania konkretnego składnika Fairtrade.

# MATERIAŁY PROMOCYJNE HORECA, SPRZEDAŻ DETALICZNA

## PUNKT SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

Zachęcamy sklepy i inne punkty sprzedaży detalicznej do promowania produktów Fairtrade za pomocą plakatów, ulotek, naklejek i innych rodzajów materiałów promocyjnych.

Jeśli na tych materiałach pojawia się znak FAIRTRADE, musi mu towarzyszyć wezwanie do działania, np.:

- Pytaj o produkty Fairtrade
- Tu kupisz produkty ze znakiem FAIRTRADE
- Wybieraj/Kupuj produkty ze znakiem FAIRTRADE

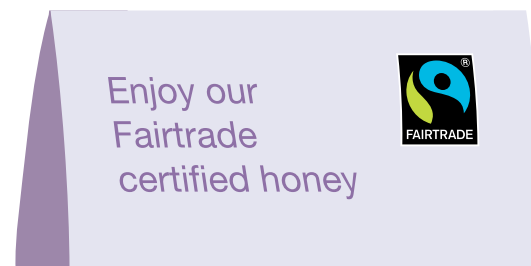
## Hotele i restauracje samoobsługowe

Hotele i restauracje mogą np. chcieć wyróżnić miód z certyfikatem Fairtrade, np. kiedy jest on podawany na śniadanie w miseczce, aby zasygnalizować zaangażowanie hotelu w Fairtrade. Miód można oznaczyć np. za pomocą karty (rys. 02) lub podobnego rozwiązania.

## Specjalistyczne sklepy z wyrobami czekoladowymi

Prosimy o kontakt w sprawie projektu graficznego.

Uwaga: W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



02



01



01

## 01 Plakaty, potykacze

Na plakatach ze znakiem FAIRTRADE musi się znaleźć wezwanie do działania lub inne hasło określające ofertę Fairtrade

## 02 Karty stołowe

Hotele, restauracje i kawiarnie (także te w sieciach handlowych) mogą promować sprzedawane produkty Fairtrade na ulotkach, plakatach i kartach stawianych na stołach



# MATERIAŁY PROMOCYJNE

## SPRZEDAŻ DETALICZNA, OFERTA MIESZANA FAIRTRADE

### PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

Produkty opatrzone znakiem FAIRTRADE można promować w punktach sprzedaży detalicznej, kiedy sam sklep jest licencjobiorcą i właścicielem produktów i/lub kiedy sprzedaje produkty Fairtrade różnych marek.

Produkty Fairtrade trzeba wyraźnie oznaczyć, umieszczając w ich pobliżu bannery, wywieszki, wobblery, zawieszki, cenówki i inne materiały POS z odpowiednimi znakami FAIRTRADE i nazwą produktu. Produkty na tej samej półce mogą być opatrzone różnymi znakami FAIRTRADE, w zależności od modelu pozyskiwania składników. Informacje o opakowaniach gotowych na półkę – zob. s. 32.

Materiały POS w pobliżu wejścia do sklepu, z dala od produktu, powinny kierować konsumentów do odpowiedniego miejsca w sklepie, gdzie można znaleźć produkty Fairtrade.

Uwaga: W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE bez strzałki.



01



02



03

# MATERIAŁY PROMOCYJNE SPRZEDAŻ DETALICZNA, OFERTA MIESZANA FAIRTRADE

## MATERIAŁY OBEJMUJĄCE OFERTY MIESZANE FAIRTRADE

W ramach systemu Fairtrade istnieje kilka znaków FAIRTRADE, na przykład znak FAIRTRADE Cotton dla produktów zawierających bawełnę Fairtrade oraz znak FSI, który służy do identyfikacji produktów zawierających tylko jeden lub dwa składniki Fairtrade.

Sklepy lub marki oferujące zróżnicowaną ofertę produktów Fairtrade i chcące je promować, mogą to robić na dwa sposoby:

- Używając odpowiedniego znaku FAIRTRADE do oznaczenia produktów, które go posiadają, jak pokazano na rys. 01, jeśli pozwala na to miejsce i układ materiału. Wezwanie do działania lub odpowiednie oświadczenie muszą być umieszczone gdzieś na materiale promocyjnym.
- Używając znaku FAIRTRADE bez strzałki dla całej oferty ATCB, a także używając znaku FSI bez paska z nazwami składników, ale z listą składników w formie tekstowej, gdy oferta obejmuje produkty z obu modeli Fairtrade, jak widać na rys. 02, przestrzeń jest ograniczona, a układ sprawia, że umieszczenie znaku obok każdego produktu lub asortymentu jest trudne. Obok Znaku/Znaków należy umieścić wezwanie do działania lub odpowiedni tekst o Fairtrade.

Powyższe opcje można łączyć w zależności od potrzeb.

Mają one zastosowanie na przykład do plakatów, reklam, ulotek, banerów, promocji online/cyfrowych itp.



01 Jeśli dysponujesz przestrzenią i pozwala na to układ: Użyj odpowiedniego znaku obok produktu

02 Użyj odpowiedniego znaku obok produktu: Użyj wyłącznie znaku FAIRTRADE bez strzałki i (w stosownych przypadkach) znaku FSI bez paska, ale z nazwami składników w postaci tekstowej



# MATERIAŁY PROMOCYJNE HORECA, OFERTA MIESZANA FAIRTRADE

## OFERTA MIESZANA FAIRTRADE

W niektórych przypadkach HoReCa oferuje asortyment produktów Fairtrade z oferty mieszanej (np. kawę ze znakiem FAIRTRADE bez strzałki, czekoladę, herbatę i produkty wieloskładnikowe ze znakiem FAIRTRADE ze strzałką na opakowaniu). Może się zdarzyć, że kawa będzie głównym produktem, uzupełnionym o czekoladę i herbatę. Jeśli rozróżnienie materiałów OOH z dwoma odrębnymi znakami jest trudne, do celów promocyjnych może zostać użyty znak FAIRTRADE bez strzałki.

Jeśli natomiast główną ofertą OOH jest herbata i/ lub czekolada, a kawa stanowi uzupełnienie, do wszystkich promocji należy użyć znaku FAIRTRADE ze strzałką.

Obowiązują te same zasady, co na poprzednich stronach. Konsumenci nie mogą być wprowadzani w błąd, myśląc lub zakładając, że wszystkie oferowane produkty są produktami z certyfikatem Fairtrade.

Wezwanie do działania lub tekst obok znaku służy do określenia oferty Fairtrade, zob. rys. 03.

Znak z odpowiednim tekstem może być używany na jednorazowych kubkach lub opaskach, pod warunkiem, że odpowiedni produkt w nich podawany jest w 100% Fairtrade, zob. rys. 01 i 02.

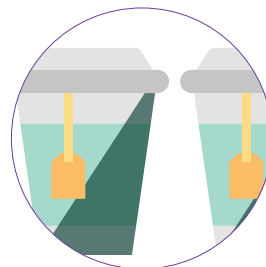
Produkty należące do kategorii 100% Fairtrade można oznaczyć znakiem FAIRTRADE na tablicy z menu, jeśli dana oferta zawiera także produkty spoza Fairtrade, zob. rys. 04.

W przypadku opakowań nadal obowiązuje zasada używania znaku FAIRTRADE ze strzałką lub bez niej (zob. s. 8 i 14).



### 01 Kubki jednorazowe bez znaku

Znaku FAIRTRADE nie można umieścić na jednorazowych kubkach i opaskach, gdy oferta nie składa się w 100% z produktów Fairtrade.



### 02 Kubki jednorazowe ze znakiem

Znak FAIRTRADE z odpowiednim tekstem można umieścić na jednorazowych kubkach i opaskach, gdy oferta składa się w 100% z produktów Fairtrade.

# MATERIAŁY PROMOCYJNE PRODUKTY SPRZEDAWANE LUZEM

## GDY PRODUKTY SĄ SPRZEDAWANE LUZEM, BEZ WSTĘPNEGO OPAKOWANIA

Na małych targowiskach, w sklepikach lub małych sklepach rzemieślniczych, gdzie produkty Fairtrade są kupowane hurtowo od operatora licencjonowanego, a następnie sprzedawane luzem konsumentom, znak FAIRTRADE może być używany w materiałach promocyjnych i do identyfikacji oferty Fairtrade.

Ta sytuacja ma zastosowanie wyłącznie wtedy, gdy dany sklep zakupił produkty Fairtrade od firmy posiadającej umowę licencyjną z jednostką licencyjną Fairtrade International (NFO lub FI). Oznacza to, że produkty – masowe, ale licencjonowane – są certyfikowane i audytowane aż do tego etapu.

Worki z kawą luzem zakupione od licencjonowanej firmy mogą posiadać już znak FAIRTRADE. W takim przypadku można pozostawić to opakowanie w widocznym miejscu w sklepie (zob. rys. 04 po prawej).

Znaku FAIRTRADE można użyć do identyfikacji produktów Fairtrade w miejscu ich wystawienia, a także na billboardach, tablicach lub plakatach, z tekstem Fairtrade i/ lub wezwaniem do działania.

Kiście bananów, owoce i warzywa sprzedawane luzem muszą być opatrzone naklejką Fairtrade. Łubianki lub opakowania typu flowpack muszą mieć odpowiednią naklejkę FAIRTRADE. Więcej informacji – zob. s. 36.

Małe sklepy nie podlegają audytowi ani kontroli, dlatego produktów Fairtrade sprzedawanych luzem nie można przepakować do opakowań oznaczonych znakiem FAIRTRADE. Torby papierowe lub inne formy przekazywania produktów luzem konsumentom nie mogą być opatrzone znakiem FAIRTRADE.

Odpowiedzialność za zapewnienie, że jako produkty Fairtrade oznaczane są wyłącznie produkty z certyfikatem Fairtrade, spoczywa na właścicielu lub kierowniku sklepu.



### 01 Znak FAIRTRADE na billboardzie lub tablicy kredowej

Z tekstem Fairtrade, tj. „Oferujemy wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade” lub „Kawa XYZ z certyfikatem Fairtrade” i wezwaniem do działania zachęającym do zapytania o inne produkty Fairtrade, jeśli są dostępne w ofercie.

### 02 Owoce ze znakiem i naklejką FAIRTRADE

Kiście bananów Fairtrade są opatrzone naklejką ze znakiem FAIRTRADE, jeśli zostały zakupione luzem od licencjonowanej firmy.

### 03 Orzechy sprzedawane luzem ze znakiem FAIRTRADE

W przypadku sprzedaży w torbie papierowej lub podobnym opakowaniu, nie może na nim widnieć znak FAIRTRADE.

### 04 Kawa Fairtrade ze znakiem FAIRTRADE sprzedawana luzem

Znak FAIRTRADE może znajdować się na opakowaniu zbiorczym, o ile zostało ono zakupione w takiej formie od firmy posiadającej licencję na używanie znaku FAIRTRADE.

### 05 Wino Fairtrade oznaczone już znakiem FAIRTRADE

Sklep może oferować wstępnie pakowane produkty z certyfikatem Fairtrade, takie jak wino.

# MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY SPRZEDAJĄCE

## MARKOWE AUTOMATY WENDINGOWE ZE SZKLANYM FRONTEM

### Mieszany asortyment Fairtrade i spoza Fairtrade

Aby umieścić znak FAIRTRADE na automacie, co najmniej 50% miejsca w nim muszą zajmować produkty z certyfikatem Fairtrade.

### Wezwanie do działania

Obok znaku musi się znaleźć zwrot zachęcający do działania, np.:

- **Wybieraj produkty z tym znakiem**
- **Dowiedz się więcej o Fairtrade**
- Opcjonalnie można dodać tekst o Fairtrade. Zamiast międzynarodowej strony internetowej Fairtrade można użyć adresu URL organizacji krajowej.
- **Szukaj znaku FAIRTRADE na produktach**
- Opcjonalnie można dodać tekst o Fairtrade. Zamiast międzynarodowej strony internetowej Fairtrade można użyć adresu URL organizacji krajowej.
- **Szukaj tego znaku**
- **Szukaj znaku FAIRTRADE**
- **Szukaj znaku FAIRTRADE podczas zakupów**



### 01 Nazwa marki

Na automacie sprzedającym musi się znaleźć oddzielna, wyraźnie widoczna nazwa i/lub logo marki

### 02 Marka i wezwanie do działania

Znak FAIRTRADE musi być umieszczony tak, by nie był powiązany z marką producenta maszyny.

Obok znaku FAIRTRADE musi się znaleźć wezwanie do działania

# MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY WENDINGOWE

## MARKOWE AUTOMATY – NA PRODUKTY Z CERTYFIKATEM FAIRTRADE

Kiedy w automacie sprzedawany jest jeden rodzaj produktu z certyfikatem Fairtrade, albo kiedy cały towar w automacie ma certyfikat Fairtrade, muszą być przestrzegane następujące zasady:

- Jeśli stosowane są zdjęcia czy obrazy produktu, muszą być one wiernym odzwierciedleniem zatwierdzonego opakowania detalicznego
- Automat musi zawierać produkty z certyfikatem Fairtrade, przedstawione na zdjęciu lub zdjęciach opakowań

Kiedy znak FAIRTRADE przedstawiony jest także oddzielnie od obrazu opakowania, obok znaku musi się znaleźć towarzyszący mu tekst, np.: **Automat oferuje wyłącznie czekoladę z certyfikatem Fairtrade.**

### Wezwanie do działania

Można użyć także zwrotu zachęającego do działania, takiego jak **Kupuj produkty z tym znakiem.**

### Wykorzystanie zdjęć producentów Fairtrade

Aby wykorzystać na automacie sprzedającym obrazy produktu lub teksty od producenta, prosimy skontaktować się z organizacją licencjonującą w celu ich zatwierdzenia.



### 01 Tekst towarzyszący

Jeśli na automacie umieszczono znak FAIRTRADE oddzielny od znaku widocznego na opakowaniach produktów Fairtrade, należy obok takiego znaku zamieścić tekst towarzyszący.

### 02 Zdjęcie produktu/ów

Jeśli jest stosowane, musi być wiernym przedstawieniem zatwierdzonego opakowania detalicznego.



# MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY WENDINGOWE

## AUTOMATY DO SPRZEDAŻY NAPOJÓW GORĄCYCH

Znak FAIRTRADE można umieszczać na automatach do napojów gorących, sprzedających głównie produkty Fairtrade, z drugorzędnymi składnikami spoza Fairtrade (np. automat z gorącą czekoladą Fairtrade, który dodaje do niej mleko bez certyfikatu).

Automat sprzedający może być:

- oznakowany marką produktu Fairtrade;
- oznakowany marką innej firmy, a wtedy produkty Fairtrade muszą być oznaczone na obudowie automatu;
- nieoznakowany marką (poza marką właściciela lub operatora automatu), a produkty Fairtrade muszą być oznaczone na obudowie.

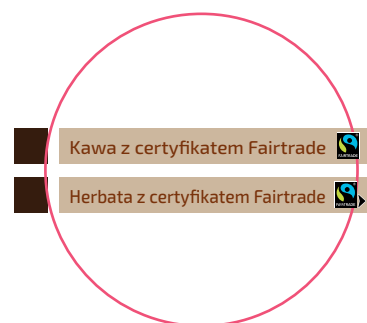
Na automacie sprzedającym musi się znaleźć:

- marka lub zdjęcie produktu Fairtrade sprzedawanego w tym automacie,
- tekst informujący o produktach Fairtrade sprzedawanych w tym automacie, umieszczony obok znaku FAIRTRADE, np. **Ten automat sprzedaje wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade.**

### Wezwanie do działania

Można użyć także wezwania do działania, takiego jak: **Wybieraj produkty z tym znakiem.**

Uwaga: W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



02



03



### 01 Nazwa marki

Automat sprzedający musi mieć wyraźnie oddzieloną i widoczną nazwę i/lub logo marki.

### 02 Produkty Fairtrade

Produkty Fairtrade muszą być umieszczone w widocznym miejscu, np. obok przycisku.

### 03 Tekst

Obok znaku FAIRTRADE musi się znaleźć tekst potwierdzający, jakie produkty Fairtrade są oferowane przez automat.

## REKLAMA DRUKOWANA I INTERNETOWA

Znak FAIRTRADE może być wykorzystywany w reklamach drukowanych i z ruchomymi obrazami lub w artykułach sponsorowanych, o ile przestrzegane są poniższe wytyczne.

Musi być jasne, jaka firma lub marka jest reklamowana. Nie może być wątpliwości, że znak FAIRTRADE reprezentuje niezależny system certyfikacji produktów. Znak nie może być stosowany w jakikolwiek sposób sugerujący reklamowanie marki ani też nie może być używany zamiast marki.

Firmy powinny unikać umieszczania znaku FAIRTRADE w prawym dolnym rogu strony lub ekranu, co mogłoby sugerować, że reklamodawcą jest Fairtrade.

### Teksty i teksty towarzyszące o Fairtrade

Wszystkie teksty o jakiegokolwiek części systemu Fairtrade muszą być **jasne, dokładne, przejrzyste i uzasadnione, a teksty towarzyszące dotyczące Fairtrade muszą być uzgodnione z organem licencjonującym, czyli albo zaczerpnięte z listy ustalonych tekstów, albo przedstawione Fairtrade do akceptacji.**

**Uwaga:** W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych, jednoskładnikowych (np. kawa), oraz produktów z wieloskładnikowych (produktów złożonych) lub ze składnikami wprowadzanymi do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), do promocji można używać samego znaku FAIRTRADE bez strzałki.

Jeśli w ofercie występują produkty złożone i/lub produkty wprowadzanymi do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata, kakao i soki owocowe), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



01

### 01 Reklama drukowana

Znak FAIRTRADE można stosować w reklamie drukowanej i artykułach sponsorowanych.



02

### 02 Ruchomy obraz

W reklamie (np. internetowej lub telewizyjnej) wykorzystującej ruchome obrazy tekst o Fairtrade nie jest wymagany, o ile przekaz jest jasny.

# MATERIAŁY PROMOCYJNE

## PRASA I WYDARZENIA

### PRASA I WYDARZENIA

Aby znak FAIRTRADE mógł być użyty w artykule prasowym, musi być właściwie umieszczony: w bezpośrednim sąsiedztwie tej części artykułu, w której mowa o Fairtrade.

### WYDARZENIA LUB PROMOCJE ZWIĄZANE Z FAIRTRADE

Organizując specjalne wydarzenie promujące produkty Fairtrade, zaangażowanie w Fairtrade można zasygnalizować poprzez ekspozycje i stoiska ukazujące produkty Fairtrade, wyświetlanie z rzutnika lub projektora, informacje na obrusach czy tłach scenograficznych w ramach wydarzenia poświęconego promocji produktów Fairtrade.

Znaku FAIRTRADE nie można używać tak, by sugerować lansowanie lub sponsorowanie wydarzenia przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade (NFO) lub Fairtrade Marketing Organization. Konieczne jest uzyskanie wcześniejszej pisemnej zgody na użycie znaku.

Zastosowanie znaku FAIRTRADE wraz z tekstem na poszczególnych rodzajach materiałów promocyjnych musi zostać najpierw zatwierdzone przez odpowiednią organizację Fairtrade.

**Uwaga:** W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych, jednoskładnikowych (np. kawa), wieloskładnikowych (produktów złożonych) lub ze składnikami wprowadzanymi do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), do promocji można używać samego znaku FAIRTRADE bez strzałki. Jeśli w ofercie występują produkty złożone i/lub produkty ze składnikami wprowadzanymi do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata, kakao i soki owocowe), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



#### Artykuły prasowe

W artykułach prasowych znak FAIRTRADE musi być umieszczony w bezpośrednim sąsiedztwie tej części artykułu, w której mowa o Fairtrade.



#### Wydarzenia i promocje

W przypadku różnego typu wydarzeń promocyjnych znak FAIRTRADE może być umieszczony na bannerach lub stoiskach reklamowych, o ile jego lokalizacja nie pozostawia wątpliwości, że jest niezależnym znakiem certyfikacji produktów.

## STRONY INTERNETOWE PODMIOTÓW TRZECICH

Licencjodawca może umieścić znak FAIRTRADE na swojej stronie internetowej, pod warunkiem, że znak nie znajdzie się w obrębie nagłówka ani na stałym pasku nagłówka strony głównej. Musi być oczywiste, kto stoi za daną stroną (właściciel lub marka). Nie może też być wątpliwości, że znak FAIRTRADE nie jest formą poparcia danej firmy. Jeśli na stronie głównej znajduje się znak FAIRTRADE lub banery (zob. poniżej), odpowiednie produkty Fairtrade muszą być wyraźnie oznaczone w takim serwisie internetowym.

### Banery

Internetowe banery o Fairtrade są dozwolone w stałym pasku bocznym i w stopce, ale nie mogą one przekazywać błędnej interpretacji, która sugerowałaby, że firma oferuje więcej produktów Fairtrade niż w rzeczywistości, ani że znak FAIRTRADE jest formą poparcia danej firmy.

### Teksty towarzyszące

Tekst towarzyszący znakowi FAIRTRADE może być wezwaniem do działania lub informacją o ofercie Fairtrade, np.:

- **Szukaj produktów ze znakiem Fairtrade**
- **Zobacz naszą ofertę kaw Fairtrade**
- **Oferujemy wybór czekolad z certyfikatem Fairtrade**

### Uzyskanie zgody

Zanim uruchomisz swoją stronę internetową, przedstaw organizacji krajowej do pisemnego zatwierdzenia projekt swojej strony głównej i strony produktowej lub link do nieopublikowanej podstrony lub podstron.

Możesz również zwrócić się do odpowiedniej organizacji NFO, FMO lub FI o uzyskanie możliwości utworzenia linku do odpowiedniej strony internetowej w ich witrynie w celu przedstawienia Fairtrade.



### 1 Tekst towarzyszący

Znakowi FAIRTRADE na stronie internetowej musi towarzyszyć odpowiedni tekst o Fairtrade. Upewnij się, że tekst ten znajduje się obok znaku lub w jego pobliżu.

Jeśli nie cały asortyment ma certyfikat Fairtrade, konieczne jest sformułowanie w rodzaju: „Szukaj produktów z certyfikatem Fairtrade” lub „Oferujemy wybór kaw z certyfikatem Fairtrade”.

### Wyjątek

W drodze wyjątku znak FAIRTRADE można umieścić w pasku nagłówka lub w stopce, jeśli na stronie przedstawione są także inne logo lub znaki certyfikacyjne i właśnie tam się znajdują.

**Uwaga:** W przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych, jednoskładnikowych (np. kawa), oraz produktów wieloskładnikowych (złożonych) lub ze składnikami wprowadzanymi do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), do promocji można używać samego znaku FAIRTRADE bez strzałki.

Jeśli w ofercie występują produkty złożone i/lub produkty wprowadzone do obrotu w bilansie masy (np. herbata, kakao i soki owocowe), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. s. 8 i 14.



A man with short dark hair, wearing a brown polo shirt and green rubber boots, is working in a tea plantation. He is leaning over the tea bushes, with his right hand touching a leaf. A woven basket is slung over his shoulder. In the background, other workers are visible in the field under a clear blue sky with some light clouds.

# CZĘŚĆ CZWARTA

## ANEKSY



# 04

## CZĘŚĆ CZWARTA

### 4.1 ANEKSY

TA SEKCJA OBEJMUJE INFORMACJE NA TEMAT:

- ZATWIERDZANIA PROJEKTU GRAFICZNEGO
- OBOWIĄZKÓW LICENCJOBIORCY
- OCHRONY ZNAKU FAIRTRADE
- KORZYSTANIA Z TEKSTÓW O FAIRTRADE ORAZ SŁOWNICZKA, NAZWISK AUTORÓW I DANYCH KONTAKTOWYCH



### ZATWIERDZENIE PROJEKTÓW GRAFICZNYCH

Fairtrade International udziela licencji na znak FAIRTRADE organizacjom krajowym Fairtrade (NFO), umożliwiając im wydawanie go licencjobiorcom krajowym lub regionalnym do stosowania na produktach z certyfikatem Fairtrade i w materiałach promocyjnych. Jeśli opakowanie jest opracowane zgodnie z niniejszymi wytycznymi, będzie dopuszczane na wszystkich rynkach docelowych do sprzedaży transgranicznej w innych krajach. Wszystkie projekty graficzne muszą zostać zatwierdzone na piśmie przez NFO lub FI przed wydrukowaniem lub publikacją opakowań.

Większość rynków korzysta z ujednoliconego systemu Fairtrade Connect dostępnego online w celu zatwierdzania projektów graficznych. Skontaktuj się z organem licencjonującym po więcej szczegółów.

Inne zgłoszenia dotyczące projektów graficznych opakowań należy przesyłać do odpowiedniego NFO lub FMO, lub na adres [license@fairtrade.net](mailto:license@fairtrade.net).

Prosimy sprawdzić, czy projekt graficzny jest zgodny z niniejszymi wytycznymi i listą kontrolną na stronie 34.

**Najbardziej aktualną wersję tych wytycznych** można znaleźć na [tej stronie](#).

Uwaga: Niepełne informacje we wnioskach o zatwierdzenie projektów graficznych powodują opóźnienia.

### PROCEDURY I TERMINY

Zespół ds. zatwierdzania projektów graficznych w NFO, FMO lub Fairtrade International dokłada wszelkich starań, aby sprawnie zatwierdzać złożone projekty, które spełniają zalecenia przedstawione w niniejszych wytycznych. Dzięki dbałości o dokładne wykonanie projektu graficznego czas potrzebny do zatwierdzania skraca się.

Zespół stara się odpowiadać szybko, zazwyczaj w ciągu tygodnia od otrzymania wstępnego projektu. Proces zatwierdzania zazwyczaj trwa około trzech tygodni, licząc od pierwszego złożenia projektu (uwzględniając czas na wprowadzenie ewentualnych zmian). Procedura może być krótsza, jeśli projekt jest w pełni zgodny z wytycznymi. Prosimy o zarezerwowanie odpowiedniej ilości czasu na zatwierdzania projektu graficznego.

#### Obowiązki licencjobiorcy

Obowiązkiem licencjobiorcy jest zapewnienie, że projekt graficzny jest zgodny z:

1. niniejszymi wytycznymi
2. odpowiednimi standardami Fairtrade
3. produktami certyfikowanymi Fairtrade wyszczególnionymi w Harmonogramie Produktów w umowie licencyjnej

Licencjobiorcy muszą również zapewnić, że wnioski o umieszczenie znaku na produkcie zostaną złożone przed lub jednocześnie z przestaniem projektu graficznego.

**Projekt graficzny musi być zgodny z odpowiednimi przepisami dotyczącymi etykietowania na rynku docelowym.** Licencjobiorcy są ostatecznie odpowiedzialni za przestrzeganie odpowiednich przepisów krajowych.

Należy pamiętać, że to na **licencjobiorcy spoczywa odpowiedzialność** za zapewnienie, aby opakowanie produktu było zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami dotyczącymi etykietowania na obszarze(-ach), na którym(-ych) produkt jest sprzedawany.

Nie jest to porada prawna, a jedynie wytyczne dotyczące

tekstów o zrównoważonym rozwoju związanych z Fairtrade. Zmiany mają na celu umożliwienie licencjobiorcom dalszego umieszczania na opakowaniach tekstów o zgodności produktu z międzynarodowymi standardami Fairtrade, a także z wymogami regulacyjnymi.

### TEKSTY O FAIRTRADE

Teksty o Fairtrade znajdujące się na opakowaniu i poza nim muszą być uzasadnione. Licencjobiorca może zostać poproszony o przedstawienie dowodów potwierdzających wszelkie teksty związane ze Znakiem i/lub systemem Fairtrade. Fairtrade International i NFO zastrzegają sobie prawo do odmowy użycia Znak do czasu, aż tekst zostanie udokumentowany, skorygowany lub wycofany.

Licencjobiorca musi upewnić się, że zarówno produkt, jak i projekt graficzny zostały zatwierdzone przed publikacją, drukiem lub publiczną dystrybucją jakiegokolwiek produktu, opakowania lub materiału promocyjnego, na którym widnieje Znak FAIRTRADE.

Licencjobiorca musi również zapewnić, że wszelkie osoby trzecie, w tym agencje projektowe, sprzedawcy detaliczni lub inne firmy, które tworzą projekt graficzny, przestrzegają tych wytycznych.

#### Okres przejściowy

Projekty graficzne przesłane po nowym wydaniu muszą być zgodne z najnowszym wydaniem wytycznych.

Od daty wydania nowych wytycznych licencjobiorcy mają 12 miesięcy na wprowadzenie nowych opakowań i materiałów promocyjnych. W szczególnych okolicznościach można zwrócić się do NFO lub FI z wnioskiem o przedłużenie. Licencjobiorca może jednak używać pozostałych opakowań, które zostały zatwierdzone i wyprodukowane w okresie przejściowym, aż do wyczerpania zapasów.

Jeśli opakowanie podlega przepisom prawnym, wszelkie zmiany wynikające z niniejszych wytycznych muszą zostać wprowadzone do czasu wejścia w życie odpowiednich przepisów prawnych.

## ZASTRZEŻENIE

Fairtrade International udziela firmom licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE (zwanym dalej Znakiem) na produktach spełniających międzynarodowe standardy Fairtrade.

Prawo do stosowania Znaku przyznawane jest tylko certyfikowanym produktom wymienionym w umowie licencyjnej i nie mówi nic o sprzedających je firmach czy organizacjach.

Udzielenie firmie licencji przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade (NFO) na stosowanie Znaku jest uwarunkowane podpisaniem przez firmę umowy licencyjnej i przestrzeganiem jej wymogów. Znak nie jest dopuszczony do użycia na żadnym innym produkcie niż produkt/y certyfikowany/-e, wymieniony/-e w umowie licencyjnej.

## OBOWIĄZKI LICENCJOBIORCY

Licencjobiorca jest odpowiedzialny za zapewnienie prawidłowego użytkowania znaku, słowa Fairtrade i tekstów dotyczących Fairtrade na opakowaniach, materiałach promocyjnych i innych materiałach poza opakowaniem przez cały czas. Fairtrade International, lub odpowiednia NFO, nie jest sprzedawcą i nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek inne twierdzenia zawarte na opakowaniu lub związane z produktem w inny sposób i nie udziela żadnych gwarancji, wyraźnych ani dorozumianych (w tym między innymi dorozumianej gwarancji przydatności handlowej) w odniesieniu do produktu sprzedawanego przez Licencjobiorcę lub sprzedawcę.

Licencjobiorca i/lub sprzedawca, którego nazwa znajduje się na produkcie lub jest do niego przytwierdzona, ponosi wyłączną odpowiedzialność za znakowanie i opakowanie produktu oraz inne informacje na produkcie. Przed oddaniem opakowania do druku licencjobiorca i/lub sprzedawca jest obowiązany do zapewnienia zgodności opakowania i oznakowania ze wszystkimi właściwymi przepisami i standardami. Wymagane jest także zachowanie dokładności, rzetelności i aktualności wszystkich tekstów i deklaracji o Fairtrade oraz o premii Fairtrade wraz z dowodami na ich poparcie (w razie potrzeby).

Certyfikacja oznacza, że w jej momencie produkt, jego skład i opakowanie były zgodne z wymaganiami i procedurami określonymi w umowie licencyjnej i standardach Fairtrade.

### OCHRONA ZNAKU

Znak FAIRTRADE jest wyłączną własnością Fairtrade International (FI).

Fairtrade aktywnie monitoruje stosowanie znaku na opakowaniach oraz w materiałach promocyjnych na rynku i podejmuje odpowiednie działania w celu ochrony jego wartości i integralności. Zachęca się licencjodawców do powiadamiania Fairtrade International lub krajowej organizacji Fairtrade o wszelkich podejrzeniach dotyczących niewłaściwego użycia znaku Fairtrade.

### NIEWŁAŚCIWE UŻYCIE

W przypadku niewłaściwego użycia znaku przez licencjodawcę skarga na niewłaściwe użycie podlega procedurze Fairtrade International dotyczącej rozpatrywania zażaleń. Fairtrade International podejmie następujące działania:

- Raport o niewłaściwym użyciu zostanie zapisany we właściwym rejestrze skarg.
- Zostanie nawiązany kontakt na piśmie i/lub telefoniczny z firmą lub organizacją dopuszczającą się niewłaściwego użycia znaku w celu zbadania skargi.
- W stosownych wypadkach wymagane będzie podjęcie działań naprawczych w określonych ramach czasowych, uzależnionych od medium, w którym nastąpiło niewłaściwe użycie, oraz od wagi naruszeń lub niewłaściwego użycia.
- Zostaną podjęte działania następcze w celu upewnienia się, że niewłaściwe użycie zostało skorygowane.

Niepodjęcie przez licencjodawcę wymaganych działań może spowodować zawieszenie lub wypowiedzenie licencji i/lub kroki prawne. W przypadku niewłaściwego użycia znaku przez osoby trzecie naruszenie to także będzie podlegać procedurze rozpatrywania skarg, a organizacja zostanie powiadomiona o konieczności wycofania danego produktu/-ów ze sprzedaży lub wycofania materiałów promocyjnych z rozpowszechniania i/lub zdjęcia ich ze strony internetowej ze skutkiem natychmiastowym.

Fairtrade International zastrzega sobie prawo do podjęcia kroków prawnych przeciwko każdemu, kto reprodukuje lub kopiuje znak FAIRTRADE, bądź wykorzystuje go w jakiegokolwiek formie, bez wcześniejszego pozwolenia.

### PRAWA AUTORSKIE

Prawa autorskie do wszystkich informacji, ilustracji i grafik w dokumencie Zasady stosowania znaku FAIRTRADE posiada Fairtrade International. Reprodukacja całości lub części jakichkolwiek treści niniejszych wytycznych jest dozwolona jedynie za pisemną zgodą dyrektora ds. marki (Head of Brand) lub kierownika ds. integralności marki (Brand Integrity Manager) w Fairtrade International.

# ANEKSY

## ZASADY PISOWNI SŁOWA FAIRTRADE ORAZ WYJASNIENIE POJĘĆ GRAFICZNYCH

### SPOSOBY ZAPISU SŁOWA FAIRTRADE

Istotne jest, by wszystkie teksty i obrazy dotyczące systemu certyfikacji Fairtrade i/lub znaku FAIRTRADE lub z nimi związane były precyzyjne.

Zawsze obowiązują następujące zasady zapisu:

**Znak FAIRTRADE:** słowo FAIRTRADE piszemy wersalikami, jeśli odnosi się do znaku graficznego.

**Certyfikacja Fairtrade:** Fairtrade rozumiany jako system certyfikacji zawsze piszemy jako jeden wyraz (nie dwa) i zaczynamy od wielkiej litery.

**Standardy Fairtrade:** oba słowa zaczynamy od wielkich liter.

**Premia Fairtrade:** oba słowa zaczynamy od wielkich liter.

### TERMINOLOGIA DOTYCZĄCA OPAKOWAŃ

**Projekt graficzny:** plik elektroniczny, zwykle w formacie PDF, w postaci dwuwymiarowego obrazu, z pełnymi wskazówkami dotyczącymi wymiarów, cięcia, klejenia i składania

**CMYK:** czterobarwny proces drukowania.

**EPS/Illustrator EPS:** wersja wektorowa znaku FAIRTRADE dostarczona przez Fairtrade Polska do profesjonalnego drukowania.

**Pantone Matching System®:** PMS, międzynarodowy system stosowany w drukarstwie do klasyfikacji określonych kolorów.

**PDF:** Portable Document Format, preferowany format, w którym należy dostarczyć projekty graficzne.

## SŁOWNICZEK

**Produkt złożony:** produkt wieloskładnikowy, zgodny ze standardami Fairtrade dla traderów (Fairtrade Trader Standard).

**Standardy dla produktów złożonych:** definiują warunki, w których produkty wieloskładnikowe zawierające składniki Fairtrade można opatrzyć znakiem FAIRTRADE i sprzedawać na rynkach międzynarodowych.

**Sprzedaż transgraniczna:** sprzedaż produktów na rynkach międzynarodowych.

**Fairtrade International (FI):** międzynarodowa organizacja skupiająca krajowe organizacje Fairtrade w krajach konsumenckich i sieci producentów w krajach producenckich. Fairtrade International odpowiada między innymi za ustalanie strategicznego kierunku rozwoju systemu Fairtrade oraz za opracowanie standardów Fairtrade.

**Znak FAIRTRADE:** stosowany na produktach spełniających standardy Fairtrade ustalone przez Fairtrade International (FI). Znak FAIRTRADE jest zarejestrowanym znakiem towarowym oraz niezależnym znakiem certyfikacji produktów.

**Fairtrade Marketing Organization, FMO:** krajowe organizacje Fairtrade bez uprawnień do udzielania licencji, odpowiedzialne za rozwój rynku Fairtrade w krajach macierzystych.

**Składniki lub komponenty:** wszystkie surowce i części składowe gotowego produktu w postaci oferowanej do sprzedaży przez Licencjobiorcę.

**Krajowa Organizacja Fairtrade (NFO):** pełnoprawny członek Fairtrade International. NFO odpowiada za udzielanie licencji, marketing, rozwój działalności i podnoszenie świadomości na określonym obszarze geograficznym. NFO ma prawo do udzielania sublicencji na znak FAIRTRADE licencjobiorcom i osobom trzecim na tym obszarze.

**Umowa licencyjna:** umowa między Krajową Organizacją Fairtrade lub Fairtrade International a licencjobiorcą, obejmująca ustalenie warunków stosowania znaku FAIRTRADE.

**Organizacja licencjonująca:** organizacja mająca oficjalną umowę z Fairtrade International na udzielanie sublicencji znaków FAIRTRADE w swoim kraju lub regionie. W systemie Fairtrade organizacjami licencjonującymi są krajowe organizacje Fairtrade (NFO).

**Licencjobiorca:** firma, która podpisała umowę licencyjną Fairtrade i tym samym ma licencję na stosowanie znaku FAIRTRADE na produktach objętych umową.

**Kod referencyjny NFO:** kod referencyjny Fairtrade nadawany każdemu licencjobiorcy przez niektóre NFO. Obowiązkowy na niektórych rynkach.

**Bilans masy:** typ identyfikowalności w Fairtrade, który wymaga od certyfikowanych Operatorów zapewnienia, że ilość produktów sprzedawanych jako Fairtrade jest równoważna ilości surowców pozyskiwanych jako Fairtrade. Bilans masy dotyczy tylko kilku produktów Fairtrade: kakao, cukier trzcinowy, sok owocowy i herbata, a także bawełna Fairtrade pozyskiwana w ramach modelu FSI oraz złoto w ramach programu pozyskiwania złota. Składniki te mogą pochodzić z wielu różnych gospodarstw rolnych i krajów. Na potrzeby transportu i produkcji składniki Fairtrade mogą zostać wymieszane ze składnikami spoza Fairtrade. Całkowite rozdzielenie tych składników byłoby niepraktyczne lub zbyt kosztowne. Znak FAIRTRADE ze strzałką jest stosowany do składników i produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy.

**Produkty HoReCa:** żywność lub napoje spożywane w podróży lub poza domem.

**Ekologiczny:** produkt certyfikowany jako spełniający standardy ekologiczne uznanej organizacji lub jednostki certyfikującej.

**Opakowanie:** wszystkie materiały zwykle dostarczane jako część produktu, obejmujące wszystkie pojemniki i każdą

formę opakowań zewnętrznych, etykiet, metek i opakowań przewozowych opatrzonych znakiem FAIRTRADE.

**Fizyczna identyfikowalność:** oznacza możliwość fizycznego rozdzielenia produktów z certyfikatem Fairtrade od odpowiedników bez certyfikatu na wszystkich etapach łańcucha dostaw. Fizyczna identyfikowalność jest zalecana, ale nie obowiązkowa w przypadku kakao, cukru trzcinowego, soków owocowych i herbaty, a także bawełny Fairtrade pozyskiwanej w ramach modelu FSI oraz złota w ramach programu pozyskiwania złota. Dla wszystkich innych produktów Fairtrade fizyczna identyfikowalność jest obowiązkowa.

**Marka własna:** produkt wytworzony przez licencjobiorcę dla właściciela marki.

**Produkty/harmonogram produktów:** dowolne lub wszystkie produkty licencjobiorcy wyszczególnione w umowie licencyjnej.

**Opis produktu:** określenie charakteryzujące produkt lub wyjaśniające jego cechy, np. ekologiczny, odświeżający, zimny itd.

**Retrocertyfikacja lub certyfikacja retrospektywna:** Termin „certyfikacja retrospektywna” opisuje proces polegający na retrospektywnym przekształceniu produktu kwalifikującego się do Fairtrade, zakupionego od producenta lub eksportera Fairtrade w zwykłych warunkach (nie-Fairtrade), w produkt Fairtrade poprzez zapłatę ceny Fairtrade i/lub dopłatę premii Fairtrade. Certyfikacja retrospektywna jest przyznawana tylko w bardzo wyjątkowych okolicznościach i wymaga formalnego wniosku oraz procesu zatwierdzenia prowadzonego przez FLOCERT.

**Produkt jednoskładnikowy Fairtrade:** produkt z jednym składnikiem, taki jak kawa. Aby mógł być opatrzony znakiem FAIRTRADE, 100% składnika musi pochodzić z certyfikowanych spółdzielni Fairtrade.

**Łodyga [kwiat]:** Odnosi się zarówno do pojedynczego kwiatu, jak i przybrania.



## ZAREJESTROWANY ZNAK TOWAROWY

Znaki FAIRTRADE są znakami certyfikacyjnymi i znakami towarowymi, których właścicielem jest i na które licencji udziela Fairtrade International. Znaków FAIRTRADE nie wolno kopiować, reprodukować ani wykorzystywać bez wcześniejszej pisemnej zgody Fairtrade International lub wskazanych przez FI podmiotów udzielających sublicencji – Krajowych Organizacji Fairtrade (NFO).

© Fairtrade International 2025–2026

## ZASTRZEŻENIE

Wszystkie projekty i wzory graficzne w niniejszych wytycznych przedstawiają znak FAIRTRADE z symbolem ®, oznaczającym, że znak ten jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny lub jako indywidualny znak towarowy.

Na rynkach, na których nie można zarejestrować znaku FAIRTRADE, symbol ® musi zostać usunięty ze wzoru graficznego. W sprawie rejestracji znaku certyfikacyjnego lub towarowego w danym kraju prosimy kontaktować się z właściwą organizacją licencjonującą – dane kontaktowe w kolumnie po prawej.

Żadne inne symbole, na przykład ™, nie mogą być dołączane w miejsce symbolu ®.

## AUTORZY PROJEKT GRAFICZNY

Fairtrade International PMS  
Britta Frühling / [www.fruhling.co.uk](http://www.fruhling.co.uk)

## ZDJĘCIA

Okładka  
Strona 4  
Strona 7

Strona 23  
Strona 61  
Strona 74

Santiago Engelhardt  
Remo Naegeli, Hanna Åsheim  
Marvin del Cid, David Macharia,  
Roger van Zaal, Lena Granefelt  
David Macharia  
David Macharia  
James Robinson

## ZATWIERDZENIE PROJEKTÓW GRAFICZNYCH

Dla krajów posiadających Krajową Organizację Fairtrade (NFO): Dane kontaktowe NFO/FMO można znaleźć [tutaj](#).

Dla krajów bez Krajowej Organizacji Fairtrade (NFO): skontaktuj się z Fairtrade International, pisząc na adres [license@fairtrade.net](mailto:license@fairtrade.net)

## DANE KONTAKTOWE FAIRTRADE POLSKA

Sławkowska 12  
31-014 Kraków  
Polska  
Tel.: +48 509 030 249  
E-mail: [grafika@fairtrade.org.pl](mailto:grafika@fairtrade.org.pl)  
[www.fairtrade.org.pl](http://www.fairtrade.org.pl)