

**Przyszłość
jest fair**



ZASADY UŻYWANIA ZNAKÓW FSI

Wydanie 4 - grudzień 2025 r
FAIRTRADE INTERNATIONAL



Spis treści

Wstęp	03
Znaki Fairtrade - przegląd	04

Część 1: Znaki Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) – PRZEGLĄD

Wersje	05
Elementy podstawowe	07
Nieprawidłowe użycie	08

Część 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

Umiejscowienie znaku i tekstu o FSI

Hierarchia marek	09
Przód, bok lub tył opakowania	10
Paski boczne z dwoma składnikami, zastosowanie poza opakowaniem	11
Produkty złożone zawierające kawę, produkty nieżywnościowe	12
Umiejscowienie na metkach, etykietach, naklejkach itp.	13
Bukiety mieszane	13
Teksty o FSI na opakowaniu	14

Część 3: Materiały promocyjne

Materiały dla punktów sprzedaży (POS), B2C	16
Oferta z produktami FSI, oferta mieszana	19
Komunikacja korporacyjna poza opakowaniem	20
Teksty promocyjne poza opakowaniem	21
Tymczasowe teksty i teksty B2C o FSI poza opakowaniem	22

Część 4: Informacje niezbędne

Słowniczek	23
Zastrzeżenia,	24
Informacje kontaktowe	25



W raporcie o działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju w 2017 r. (State of Sustainable Markets 2017)* czytamy, że zrównoważony handel i produkcja przestały być już nowością: odzwierciedlają oczekiwania konsumentów. Kiedy konsumenci oczekują coraz większej transparentności, zrównoważone praktyki biznesowe firm i marek nabierają coraz większego znaczenia. Jak to ujął jeden z branżowych komentatorów: „Marka, która nie inwestuje w społeczną odpowiedzialność biznesu prawdopodobnie nie przetrwa*”.

Fairtrade jest wiarygodnym partnerem na drodze do zrównoważonego rozwoju dzięki dwóm modelom, umożliwiającym firmom i markom oferowanie klientom etycznych, transparentnych rozwiązań, zaspokajających popyt na zrównoważone produkty. Modele te umożliwiają również producentom i pracownikom sprzedaż większej ilości surowców na warunkach Fairtrade, poprawiając w ten sposób ich warunki życia i pracy, ich produktywność w celu uzyskania większych dochodów i zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko.

Zgodnie ze strategią Fairtrade „Changing Trade, Changing Lives”, model FSI został rozszerzony, bazując na udanym programie Fairtrade Cocoa Program (który przyczynił się do wzrostu premii dla producentów kakao o 34 procent między 2015-2016) i obejmuje wszystkie surowce, dla których istnieje Standard Fairtrade – z wyjątkiem kawy i bananów.

Model FSI to alternatywny sposób dla firm każdej wielkości na zaangażowanie się w Fairtrade, pogłębienie zobowiązań wobec rolników i pracowników, zwiększenie sprzedaży i zmniejszenie ryzyka w łańcuchu dostaw. Oznacza to, że firmy i marki mogą zamawiać poszczególne składniki Fairtrade do danej kategorii złożonych produktów, gam produktów, linii lub kategorii, lub całego asortymentu. W ramach FSI 100% danego składnika w produkcie złożonym musi być pozyskiwane na zasadach Fairtrade. Reszta składników tego produktu złożonego nie musi być pozyskiwana ze źródeł Fairtrade (choć może być pozyskiwana więcej niż jeden składnik, patrz strona 11). Gdy firmy pozyskują składniki dla całego asortymentu, linii lub kategorii produktowych, 100% wybranego składnika musi być Fairtrade.

Podstawowym elementem modelu FSI pozostaje niezależna

certyfikacja Fairtrade. Surowce pozyskiwane na jej warunkach otrzymują certyfikat zgodnie z pełnymi społecznymi, środowiskowymi i ekonomicznymi standardami Fairtrade, natomiast audyt certyfikacyjny jest uproszczony z uwagi na mniejszą liczbę certyfikowanych składników w produkcie. Rodzaj kontroli pochodzenia surowców określają Standardy Fairtrade, według których bilans masy ma zastosowanie tylko w przypadku kakao, cukru, soków owocowych i herbaty. Wyjątkiem jest bawełna Fairtrade (Fairtrade Sourced Cotton) jako następczyni bawełny FSP (Fairtrade Sourcing Partnership) – bilans masy jest także dozwolony dla bawełny sprzedawanej w ramach modelu FSI po etapie odziarniania. Dla wszystkich innych produktów Fairtrade musi być zachowana fizyczna identyfikowalność.

Firmy lub marki, które decydują się na pozyskiwanie wybranych pojedynczych składników na zasadach Fairtrade, mogą stosować nowy znak FSI. Tak jak wcześniej, firmy lub marki, które decydują się pozyskiwać wszystkie składniki do produktu złożonego, dostępnego jako produkt Fairtrade, na zasadach Fairtrade (tj. wszystko, co może mieć certyfikat Fairtrade, ma ten certyfikat), mogą oznakować swoje produkty etyczną etykietą ciesząc się największym zaufaniem na całym świecie – znakiem FAIRTRADE.

Te modele Fairtrade pomagają w tworzeniu trwałych, przyszłościowych łańcuchów dostaw, przez wzmacnianie partnerstwa z producentami, umożliwianie rolnikom i pracownikom zwiększanie kontroli nad relacjami handlowymi i pracowniczymi oraz budowanie sprawiedliwych, zrównoważonych przedsiębiorstw. Pomagają firmom, którą chcą zaspokajać potrzeby konsumentów, przyczyniając się jednocześnie do zrównoważonego rozwoju.

Modele te podnoszą także zaufanie konsumentów co do tego, że kupowane przez nich produkty ze znakiem FAIRTRADE są dobrym wyborem i zapewniają rolnikom i pracownikom więcej korzyści finansowych i pozafinansowych w ramach systemu Fairtrade.

O tych wytycznych

Niniejsze wytyczne zawierają wskazówki, jak wykorzystywać znak FSI. Powstały z myślą o ochronie sprawiedliwości i wartości Fairtrade. Zostały one opracowane jako szczegółowe uzupełnienie naszych wytycznych dotyczących zastosowania znaków FAIRTRADE.

W kolejnych częściach wytycznych pokazano przykłady znaków na opakowaniach i materiałach promocyjnych. Siłą rzeczy nie poruszają jednak wszystkich możliwych scenariuszy. Jeśli potrzebujesz dodatkowych wyjaśnień lub porad, prosimy o skorzystanie z danych kontaktowych na ostatniej stronie. Instrukcje przedstawione w tych wytycznych oraz dalsze wskazówki, które otrzymasz od nas lub od Fairtrade International, muszą być przestrzegane.

W całym dokumencie używane są następujące terminy:

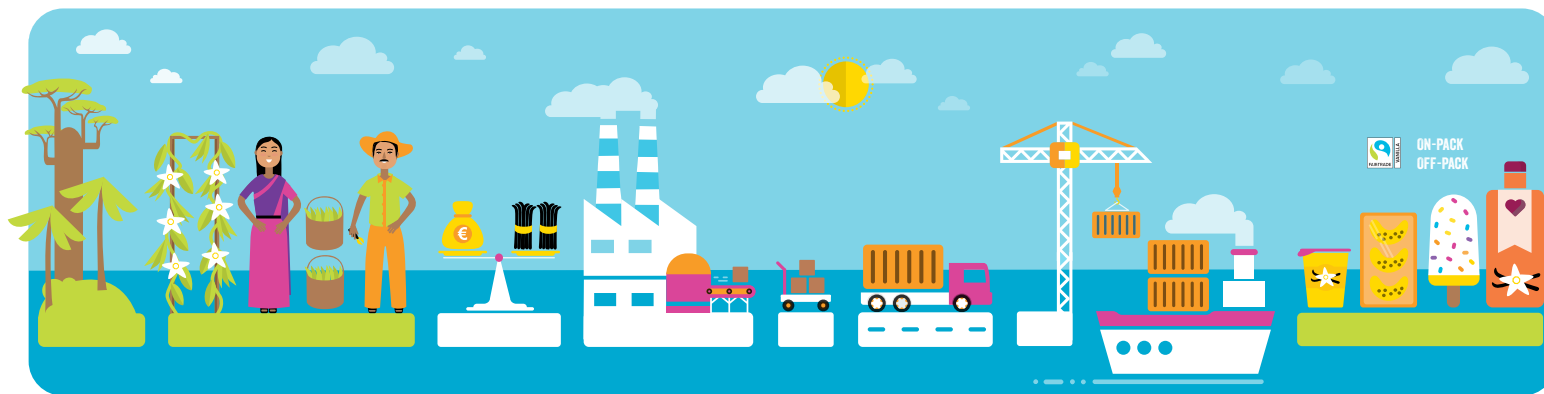
Muszą – obowiązkowy

Powinny – zalecane, najlepsze praktyki

Mogą – opcjonalnie



Jak działa FSI na przykładzie wanilii



Model funkcjonowania FSI i znak FSI

Aby móc stosować znak FSI, 100% wybranego składnika Fairtrade w produktach złożonych, liniach lub kategoriach produktów złożonych musi być pozyskane na zasadach Fairtrade.

To zobowiązanie jest wpisane do umowy licencyjnej między firmą lub marką a krajową organizacją Fairtrade (National Fairtrade Organization – NFO) lub Fairtrade International.

W standardzie Fairtrade dla traderów produkty z bawełny są zwolnione z zasady 100% składu produktu.

FSI zapewnia przedsiębiorstwom dwa nowe sposoby informowania o ich zaangażowaniu w zrównoważony rozwój poprzez Fairtrade:

- Znakowanie na opakowaniach produktów złożonych. Produkty można opatrzyć znakiem FSI po podpisaniu umowy licencyjnej FSI i zatwierdzeniu produktów przez NFO lub FI.
- Stosowanie znaku FSI na materiałach promocyjnych i w komunikacji korporacyjnej, B2B oraz B2C. Komunikację promocyjną można rozpocząć dopiero kiedy produkty ze znakiem FSI są dostępne na rynku. Komunikację marketingową B2B można rozpocząć dopiero po zweryfikowaniu pochodzenia surowców.

Ten nowy sposób na zaangażowanie się firmy w Fairtrade daje konsumentom pewność, że twierdzenia o zrównoważonej produkcji i handlu zostały w sposób niezależny zweryfikowane i zaaprobowane.

Jednocześnie model FSI jest alternatywnym sposobem zaangażowania się w Fairtrade dla małych, średnich i dużych przedsiębiorstw, pogłębienia ich zobowiązań wobec rolników i pracowników z krajów globalnego Południa, zwiększania sprzedaży i zmniejszania ryzyka w łańcuchach dostaw.

ZNAKI FAIRTRADE PRZEGLĄD

Znaki FAIRTRADE reprezentują niezależny, cieszący się zaufaniem i szeroko rozpoznawany system certyfikacji produktów. Oznacza on, że dzięki sprawiedliwszym zasadom handlu rolnicy i pracownicy z krajów globalnego Południa odnoszą korzyści ze sprzedaży detalicznej produktów powstałych na bazie wytworzonych przez nich surowców.

Znaki FAIRTRADE budzą duże zaufanie konsumentów na całym świecie, którzy mogą mieć pewność, że zakup produktu z jednym ze znaków FAIRTRADE poprawia życie ludzi i społeczności w krajach globalnego Południa.

Znaki te tworzą nową architekturę marki Fairtrade, zapewniającą zgodność ze Standardami Fairtrade. Pojawiają się na sklepowych półkach obok siebie, oferując konsumentom bardziej transparentny wybór przy zakupie produktów zrównoważonych pod względem społecznym, ekonomicznym i środowiskowym.

Każde wykorzystanie tych znaków na opakowaniach i w materiałach promocyjnych wymaga pisemnej zgody organizacji udzielającej licencji (National Fairtrade Organization, NFO lub Fairtrade International) przed wydrukowaniem znaków lub opublikowaniem ich w formie cyfrowej.

Uwaga dotycząca wszystkich znaków FSI
Na rynkach, na których znak FSI nie został jeszcze zarejestrowany, **symbol® musi zostać usunięty ze wzoru logo przed umieszczeniem go na opakowaniach lub innych materiałach.**

Informacji o rejestracji znaku towarowego/certyfikacyjnego udziela właściwa organizacja Fairtrade – dane kontaktowe znajdziesz na ostatniej stronie.



Podstawowy znak FAIRTRADE

Zaktualizowaliśmy dobrze znany znak FAIRTRADE, umieszczając® wewnątrz obramowania (używany na rynkach, gdzie znak FAIRTRADE jest zarejestrowany). Znak poniżej po lewej wskazuje, że produkt jest w 100% Fairtrade i fizycznie identyfikowalny (np. kawa). Znak poniżej po prawej oznacza, że produkt jest w 100% Fairtrade, zgodnie z zasadami bilansu masy (np. herbata).

W produkcie wieloskładnikowym, takim jak tabliczka czekolady, wszystkie składniki produktu, które mogą być Fairtrade, są pozyskiwane na zasadach Fairtrade: „wszystko, co może być Fairtrade, jest Fairtrade”.

W tym przypadku znak poniżej po prawej podpowiada konsumentom, aby poszukać dodatkowych informacji o znaku i surowcach Fairtrade z tyłu opakowania.



Znaki FAIRTRADE Sourced Ingredient – wprowadzenie

Znak FSI zaprojektowano tak, żeby był wizualnie zgodny ze znakiem FAIRTRADE (poniżej) – dzięki czemu jest bardziej rozpoznawalny przez konsumentów, ale także by różnił się od niego, będąc wyrazem unowocześnionego modelu Fairtrade. Wzór znaku nawiązuje także do znaków FAIRTRADE Program i odzwierciedla rozwój modeli dla poszczególnych surowców Fairtrade na zasadach zapoczątkowanych przez te trzy programy (dla kakao, cukru i bawełny). Oddzielny boczny pasek z nazwą składnika zapewnia modelowi FSI elastyczność, dzięki której może on objąć wszystkie produkty Fairtrade z wyjątkiem bananów.

Znaki FAIRTRADE Program

Do grudnia 2017 r. Zastosowanie znaku FAIRTRADE Program dla kakao, cukru i bawełny oznaczało, że surowiec zakupiono jako Fairtrade. „Program” oznaczał większe korzyści dla rolników uprawiających te surowce przez zapewnienie szerszych możliwości sprzedaży.

Wraz z wprowadzeniem FSI, które obejmuje wszystkie produkty posiadające certyfikat Fairtrade – z wyjątkiem bananów – znaki po prawej zastąpiono znakami FSI wprowadzonymi w niniejszych wytycznych (marzec 2018 roku) i całkowicie wycofano w 2020 roku.



CZĘŚĆ 1: ZNAKI FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT – PRZEGLĄD

WERSJE MIĘDZYNARODOWE

Produkty można oznakować znakiem FSI, kiedy firma podpisze umowę licencyjną FSI, a produkty zostaną zatwierdzone przez krajową organizację Fairtrade. Jeśli firma zdecyduje się na komunikowanie swojego zaangażowania poza opakowaniami produktów, to przed wykorzystaniem znaku FSI w komunikacji B2B musi zostać zweryfikowana ilość pozyskanego surowca.

Strzałka na karcie pod nazwą surowca sugeruje, żeby szukać dodatkowych informacji z tyłu lub z boku opakowania i oznacza, że obrót surowcem odbywa się na zasadach bilansu masy.

Wersje międzynarodowe

Znaki FSI są dostępne w wersji kolorowej oraz czarnej i skali szarości, zob. s. 7. Zdecydowanie rekomendujemy kolorową wersję znaku FSI. Wersje czarna i w skali szarości powinny być stosowane jedynie w drodze wyjątku w przypadku ograniczeń drukarskich lub technicznych.

Pliki z wzorami znaków FSI dostarczone przez Fairtrade to jedyne wersje, które można stosować. Użycie znaku w jakiegokolwiek innej wersji kolorystycznej lub przerobionej wersji jest niedozwolone.

Pliki wektorowe znaku FSI zostaną przekazane przez NFO lub FI po podpisaniu umowy licencyjnej FSI.

Nazwę składnika na pasku bocznym można edytować i tłumaczyć na lokalny język, jeśli produkty są sprzedawane tylko na tym rynku. W przeciwnym razie nazwa ma być podana po angielsku. W sprawie przetłumaczonych znaków oraz porad w przypadku sprzedaży transgranicznej, prosimy o kontakt z odpowiednim NFO lub z FI.

Wersje kolorowe

(Strzałka oznacza składniki, do których zastosowanie mają zasady bilansu masy)



FSI_Cocoa_Arrow_CMYK.eps



FSI_Sugar_Arrow_CMYK.eps



FSI_Tea_Arrow_CMYK.eps



FSI_Mangojuice_Arrow_CMYK.eps



FSI_Coffee_CMYK.eps



FSI_Cashew_nuts_CMYK.eps



FSI_Quinoa_CMYK.eps



FSI_Vanilla_CMYK.eps



FSI_Pepper_CMYK.eps



FSI_Roses_CMYK.eps



FSI_Rice_CMYK.eps



FSI_Dried_apricots_CMYK.eps

CZĘŚĆ 1: ZNAKI FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT – PRZEGLĄD

MAX HAVELAAR

Wersje Max Havelaar

Znaki FSI z dolnym paskiem oznaczającym organizację Max Havelaar są dostępne w wersjach kolorowej oraz czarnej i skali szarości.

Te wersje znaków FSI wolno stosować tylko na produktach sprzedawanych głównie we Francji i Szwajcarii przez firmy posiadające siedzibę w tych krajach. Dla wszystkich innych rynków należy używać wersji międzynarodowych, przedstawionych na poprzedniej stronie.

Informacje na poprzedniej stronie dotyczą także tej wersji znaków.

Uwaga dotycząca wszystkich znaków FSI

Na rynkach, na których znak FSI nie został jeszcze zarejestrowany, symbol® musi zostać usunięty ze wzoru logo przed umieszczeniem go na opakowaniach lub innych materiałach. Informacji o rejestracji znaku towarowego/certyfikacyjnego udziela właściwa organizacja Fairtrade – dane kontaktowe znajdziesz na ostatniej stronie.

Wersje kolorowe

(Strzałka oznacza składniki, do których zastosowanie mają zasady bilansu masy)



FSI_MH_Cocoa_Arrow_CMYK.eps



FSI_MH_Sugar_Arrow_CMYK.eps



FSI_MH_Tea_Arrow_CMYK.eps



FSI_MH_Mangojuice_Arrow_CMYK.eps



FSI_MH_Coffee_CMYK.eps



FSI_MH_Cashew_nuts_CMYK.eps



FSI_MH_Quinoa_CMYK.eps



FSI_MH_Vanilla_CMYK.eps



FSI_MH_Pepper_CMYK.eps



FSI_MH_Dried_apricots_CMYK.eps



FSI_MH_Rice_CMYK.eps



FSI_MH_Roses_CMYK.eps

CZĘŚĆ 1: ZNAKI FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT – PRZEGLĄD

ELEMENTY PODSTAWOWE

Wolna przestrzeń

Aby zachować wizualną odrębność znaku FSI umieszczonego obok tekstu lub grafiki, trzeba zachować wokół niego wolną przestrzeń. Musi ona być równa połowie szerokości znaku FSI (liczonej bez paska bocznego) definiowanej jako X.

Kiedy miejsce jest ograniczone, np. na małych opakowaniach, metkach czy etykietkach, minimalna wolna przestrzeń to co najmniej 25% tej szerokości.

Wolna przestrzeń musi zostać zachowana, kiedy znak FSI jest umieszczany obok logo innych certyfikatów, także w zastosowaniach niż opakowania produktów.

Minimalny rozmiar

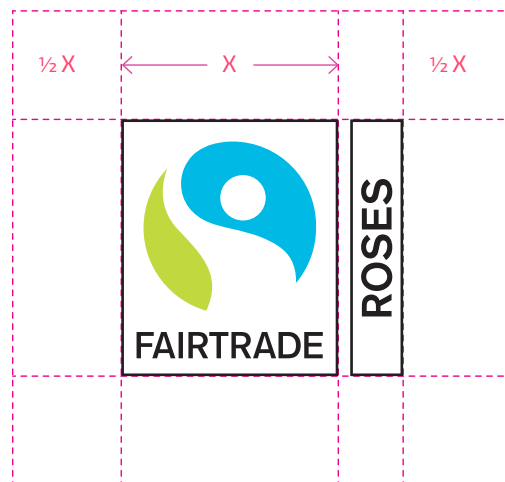
Zastosowane znaki FSI muszą mieć wielkość proporcjonalną do wielkości opakowania lub materiału promocyjnego. Przewodnik po rozmiarach został zaprojektowany w celu ułatwienia wyboru zalecanego rozmiaru FSI Mark. W wyborze zalecanego rozmiaru znaku FSI pomoże opracowana w tym celu tabela rozmiarów. Najmniejszy rekomendowany rozmiar to szerokość 9 mm ($X = 9$ mm); napis i strzałka zawsze muszą być czytelne.

Dwa paski boczne

Kiedy gotowy produkt ma dwa składniki Fairtrade pozyskane w ramach modelu FSI, na produkcie i/lub w komunikacji poza opakowaniem można zastosować znak FSI z maksymalnie dwoma paskami bocznymi. Do celów promocyjnych dozwolone jest stosowanie dwóch oddzielnych znaków FSI.

W sprawie możliwości zastosowania znaku podstawowego FAIRTRADE, jeśli gotowy produkt ma więcej niż jeden składnik pochodzenia Fairtrade, prosimy o kontakt z krajową organizacją Fairtrade.

Wolna przestrzeń



Dotyczy wszystkich wersji znaku FSI

Wersja z samą bielą

Wyjątek: drukowane są tylko białe elementy, jeśli użyty jest wyłącznie biały kolor, np. na przezroczystych butelkach.



Dopuszczalne są najwyżej dwa paski boczne z nazwami składników. Zaleca się umieszczenie składnika o najwyższej zawartości po lewej.



Wersje czarna i szara

Wyjątek: Czarne elementy pozostają czarne, kolorowe elementy są drukowane w 75% czerni.



Tabela rozmiarów

Wymiary opakowania	Maksymalnie (szerokość)	Maksymalnie (szerokość)
A1 (594 x 841 mm)	66 mm	60 mm
A2 (420 x 594 mm)	46 mm	42 mm
A3 (297 x 420 mm)	33 mm	31 mm
A4 (210 x 297 mm)	21 mm	19 mm
A5 (148 x 210 mm)	17 mm	15 mm
A6 (105 x 148 mm)	15 mm	13 mm
A7 (74 x 105 mm)	13 mm	11 mm
A8 (52 x 74 mm)	11 mm	9 mm
Saszetki z cukrem itp.	9 mm	7 mm

CZĘŚĆ 1: ZNAKI FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT – PRZEGLĄD

NIEPRAWIDŁOWE UŻYCIE

Nie wolno w żaden sposób zmieniać, przerabiać ani zniekształcać znaku FSI.

Nie wolno też dodawać, usuwać ani zmieniać żadnych elementów tego znaku. Znak FSI nie może być używany na opakowaniu bez nazwy składnika.

Nazwy składnika na pasku bocznym nie należy tłumaczyć, jeśli produkt jest sprzedawany za granicą.

Wyjątek

Kiedy sprzedaż odbywa się wyłącznie na jednym rynku, krajowa organizacja Fairtrade może zapewnić pliki z wzorem znaku, na którym tekst na pasku bocznym jest w lokalnym języku.

Pliki ze znakiem FSI zapewniane przez Fairtrade to jedyne wersje znaku dopuszczone do użycia.



Pliki ze znakiem FSI zapewniane przez Fairtrade to jedyne wersje znaku dopuszczone do stosowania.

Znaku FSI nie można używać na opakowaniu bez paska bocznego. Informacje na temat warunkowego użycia poza opakowaniem zob. s. 16.

Ze znaku FSI dostarczonego przez FAIRTRADE nie wolno usuwać strzałki oznaczającej bilans masy, z wyjątkiem przypadków, gdy surowiec ma dobrowolną fizyczną identyfikowalność (VPT) w całym łańcuchu dostaw i jest to zarejestrowane w FLOCERT.

Nie wolno w żaden sposób zmieniać kolorów znaku FSI.



Nie wolno usuwać obramowania znaku FSI, tak by przypominał logotyp organizacji Fairtrade.

Nie wolno rozciągać ani zaburzać proporcji znaku FSI.

Nie wolno wkomponowywać znaku FSI w grafikę.

Nie wolno umieszczać znaku FSI pod kątem.

Jedynym wyjątkiem jest przypadek, kiedy cały materiał także jest przechylony pod tym samym kątem.

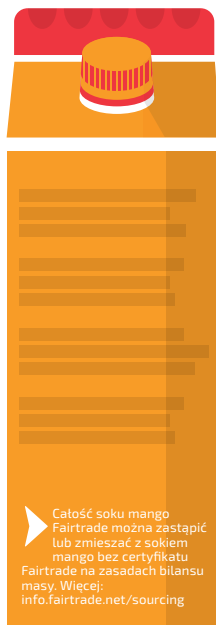
CZĘŚĆ 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



Znak FSI z przodu opakowania

Znak FSI należy umieszczać w lewym dolnym rogu na przodzie opakowania, o ile to tylko możliwe.



Tekst i strzałka znaku FSI

Umieszczenie strzałki pod nazwą surowca jest obowiązkowe. Dozwolone jest także użycie faksymile strzałki.



Odwrócona hierarchia
Nazwa marki znajduje się na dole, a znak FSI na górze.



Alternatywne umiejscowienie znaku FSI

W uzasadnionych sytuacjach znak FSI można umieścić w innym rogu niż lewy.



Nazwa marki znajduje się na dole, a znak FSI na górze

Zaleca się umieszczenie paska bocznego ze składnikiem (ze strzałką lub bez) obok tekstu o FSI, o ile jest na to miejsce.

Hierarchia marek

Umieszczając znak FSI na opakowaniu, należy przestrzegać zasad hierarchii marki: znak FSI musi być mniej eksponowany i umiejscowiony z dala od nazwy marki; należy go umieścić w lewym dolnym rogu, o ile to tylko możliwe. Jeśli ta hierarchia jest odwrócona i nazwa marki znajduje się na dole, znak FSI można umieścić na górze.

Kiedy znak FSI jest umieszczany na opakowaniu, zawsze z tyłu lub z boku opakowania musi się znaleźć tekst o pochodzeniu surowców Fairtrade. Zob. s. 15.

- 1 Nazwa marki i nazwa produktu muszą być wyraźnie widoczne z przodu opakowania.
- 2 Znak FSI jest zazwyczaj umieszczany w dolnej części opakowania.
- 3 Tekst o FSI jest zwykle umieszczany z tyłu lub z boku opakowania, ale może znajdować się z przodu. Umieszczenie strzałki obok tekstu o FSI jest obowiązkowe.
- 4 Jeśli jest miejsce, zaleca się umieszczenie paska bocznego z nazwą składnika (ze strzałką lub bez) obok tekstu o FSI.

Nazewnictwo produktów

Model FSI dopuszcza stosowanie bilansu masy w odniesieniu do kakao, cukru, herbaty oraz soków owocowych, zgodnie ze Standardami Fairtrade. Ponieważ te cztery składniki nie są fizycznie identyfikowalne, nie mogą być opisywane jako „Fairtrade”.

W żadnej formie komunikacji **nie wolno** używać następujących określeń (na przykładzie kakao): „produkt z kakao Fairtrade”, „produkt kakaowy Fairtrade”, „produkt zawierający kakao Fairtrade”.

CZĘŚĆ 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

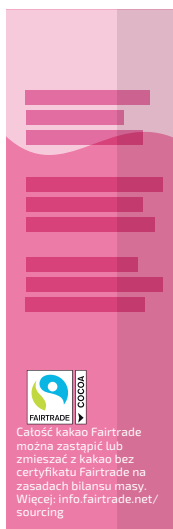
UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



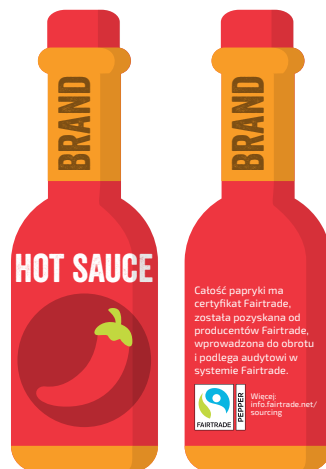
Przód opakowania
Gotowe danie
zawierające ryż
Fairtrade w modelu FSI.



Przód opakowania
Ciastka słodzone
miodem Fairtrade.



Bok opakowania
Znak można
umieścić z boku
opakowania, gdy
wymaga tego layout



Typ opakowania
Zalecane w przypadku
surowca o niskiej
zawartości w produkcie,
np. pieprzu lub wanilii.

Przód, bok, tył opakowania, lub poza opakowaniem

Zasady umiejscowienia znaku FSI na produktach, dla których podpisano licencję FSI są elastyczne: znak można umieścić z przodu, z boku lub z tyłu opakowania, lub w ogóle poza opakowaniem. Ta elastyczność oznacza, że konieczne jest przestrzeganie wytycznych, dotyczących każdej z tych opcji. Na następnych stronach pokazano możliwe umiejscowienia znaku FSI na opakowaniach o różnych kształtach. Zastosowanie promocyjne (poza opakowaniem) – zob. s. 17.

Zawsze, kiedy na opakowaniu znajduje się znak FSI, obowiązkowe jest umieszczenie tekstu o FSI z tyłu, z boku lub z przodu opakowania. Zob. s.15.

Przód opakowania

Znak FSI znajduje się z przodu opakowania na przykładach w górnym rzędzie.

Tył lub bok opakowania

Kiedy znak FSI znajduje się z tyłu lub z boku opakowania, musi być umieszczony blisko tekstu o modelu FSI.

Znaki FSI i obowiązkowe teksty o FSI muszą być umieszczone tak, by były wyraźne i czytelne, i nie wolno ich łączyć z informacjami komercyjnymi lub prawnymi. Kiedy znak FSI znajduje się z boku lub z tyłu opakowania i wykorzystywane są materiały POS (dla punktów sprzedaży), musi znajdować się na nich znak FSI wraz z wezwaniem do działania, np.: „Szukaj znaku FAIRTRADE z tyłu/boku opakowań...”.

Uwaga

W sprawie znakowania produktów złożonych z bardzo niską zawartością składnika Fairtrade prosimy kontaktować się z NFO lub FI.

CZĘŚĆ 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



Dwa składniki, dwa paski
Znak z dwoma paskami bocznymi:
herbata mrożona zawierająca sok
z mango i herbatę.



**Przykład dwóch składników
z rozdzielonymi znakami FSI**
Jeden znak FSI z przodu, drugi z tyłu, np.
cukier

Paski boczne z dwoma składnikami

Kiedy produkt zawiera dwa składniki Fairtrade, można użyć dwóch pasków bocznych. Zaleca się, żeby główny składnik, ten o wyższej zawartości w produkcie, umieścić po lewej. W przypadku pytań prosimy o kontakt z odpowiednim NFO. Doradzimy, który składnik powinien być tym „głównym”.

Nawet jeśli produkt zawiera więcej niż dwa składniki pozyskiwane na zasadach FSI, na opakowaniu można umieścić maksymalnie dwa paski boczne. Tekst o FSI musi wymieniać wszystkie składniki pochodzenia Fairtrade, nawet te, których nie ma na paskach bocznych.

Prosimy skonsultować się z nami, jeśli dla poszczególnych produktów planowane są więcej niż dwa składniki.

W komunikacji promocyjnej można stosować odpowiednie indywidualne znaki FSI – zob. s. 17.

Zastosowanie poza opakowaniem

Firma może zdecydować, by nie umieszczać znaku FSI na opakowaniu. W takim przypadku nie wolno umieszczać na opakowaniu żadnych tekstów o składnikach Fairtrade.

Sprzedaż w Wielkiej Brytanii

Dotyczy stron 9–12. Jeśli licencjodawca nie jest właścicielem marki w Wielkiej Brytanii, z przodu, z boku lub z tyłu opakowania musi pojawić się czytelny kod FFL. Uwaga, nie należy mylić kodu FFL z identyfikatorem FLO ID.

CZĘŚĆ 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



Przód opakowania
Znak FSI z przodu opakowania po stronie przeciwnej.

Tekst i pasek ze składnikiem
Zaleca się umieszczenie paska bocznego ze składnikiem (ze strzałką lub bez) obok tekstu o FSI, o ile jest na to miejsce.



Znak i tekst o FSI z tyłu opakowania
Znak FSI umieszczony z tyłu opakowania, a w jego pobliżu tekst o FSI.



Znak FSI z przodu opakowania kosmetyków
Znak FSI można umieścić z tyłu lub z boku opakowania. Więcej przykładów zob. s. 9 i 10.

Kawa Fairtrade

Kawę do modelu FSI dodano w sierpniu 2021 roku. W efekcie znaku FSI można używać do produktów złożonych zawierających kawę Fairtrade – na takich samych zasadach jako pozostałe składniki Fairtrade.

Znak FSI na produktach nieżywnościowych

Kosmetyki

Model FSI można zastosować w kosmetykach, nawet gdy w składzie produktu istnieje niewielki procent składnika pochodzenia Fairtrade. Elastyczność w umieszczaniu znaku FSI na opakowaniu stanowi dodatkową zaletę.

Bawełna

Istnieją specjalne wytyczne dotyczące bawełny Fairtrade. Więcej informacji udzieli właściwy dla kraju organ licencyjny – dane kontaktowe znajdziesz na ostatniej stronie.

Brak znaku FSI dla złota

W modelu FSI nie uwzględniono złota Fairtrade, jednak system Fairtrade oferuje możliwość korzystania ze znaku dla złota. Więcej informacji udzieli właściwy dla danego kraju organ licencyjny.

CZĘŚĆ 2: OPAKOWANIA PRODUKTU

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



Bukiet mieszany
Bukiet ze znakiem FSI dla róż
na etykiecie samoprzylepnej

NAZWA MARKI BUKIET KWIATÓW



Wszystkie róże mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Etykieta samoprzylepna
Ze znakiem i tekstem o FSI dla róż

Umiejscowienie na metkach, etykietach, nalepkach itd.

Obowiązują te same zasady co na opakowaniach: znak FSI można umieścić z przodu, z boku lub z tyłu. Obowiązują też zasady hierarchii ze strony 9.

Kwiaty Fairtrade i bukiety mieszane

Wszystkie kwiaty tego samego typu nazwane kwiatami Fairtrade muszą pochodzić ze źródeł Fairtrade. Na przykład, wszystkie róże w każdym bukiecie mieszanym są zawsze pozyskiwane z gospodarstw funkcjonujących w ramach certyfikacji Fairtrade.

Etykiety do bukietów mieszanych

W przypadku bukietów z różami lub innymi kwiatami Fairtrade, znak i tekst o FSI można wydrukować np. na celofanie, zawieszkach lub etykietach samoprzylepnych.

Teksty o FSI dla kwiatów – zob. s. 15.

Obowiązkowe elementy na opakowaniu

- Nazwa marki
- Znak FSI (chyba że używana jest opcja poza opakowaniem)
- Tekst o FSI dla kwiatów. Może być umieszczony obok znaku FSI z przodu, z boku lub z tyłu, w zależności od rodzaju opakowania.

Zaleca się umieszczenie nazwy produktu lub tytułu.

Zastosowanie poza opakowaniem (nie na metkach, etykietach itp.)

Zobacz „Zastosowanie poza opakowaniem” na s. 11.

INFORMACJE PODSTAWOWE

TEKSTY O FSI NA OPAKOWANIU

Przegląd tekstów o FSI na opakowaniu

Teksty o FSI na opakowaniu

Do pakowania fizycznie identyfikowalnych składników z bilansem masy w produktach złożonych lub jednoskładnikowych.

Organizacja odpowiadająca za system certyfikacji Fairtrade i znaki certyfikacyjne ma siedzibę w Europie, dlatego ich używanie podlega prawu europejskiemu.

Skład produktu dla modelu FSI jest regulowany przez standard Fairtrade dla traderów, 2.2.5.

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.

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

Teksty o FSI różnią się dla produktów ze składnikami o fizycznej identyfikowalności oraz dla tych sprzedawanych na zasadzie bilansu masy. Tekst o FSI musi zostać zamieszczony w co najmniej jednym języku.

Należy pamiętać, że poniższe uwagi nie stanowią porady prawnej, a są jedynie wytycznymi dotyczącymi tekstów o zrównoważonym rozwoju związanymi z Fairtrade.

Zmiany mają na celu umożliwienie licencjodawcom dalszego umieszczania na

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

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

Licencjodawcy są ostatecznie odpowiedzialni za przestrzeganie obowiązujących przepisów krajowych.

Personel organizacji Fairtrade nie będzie angażować się w weryfikację tekstów licencyjnych dotyczących zrównoważonego rozwoju, które nie są związane z Fairtrade (opracowanych przez markę, firmę, korporację, właściciela produktu lub certyfikowanego przedsiębiorcę).

Wszelkie inne teksty opcjonalne dotyczące zrównoważonego rozwoju i 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 firmę 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.

Zastosowanie/zakres

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

Informacje obowiązkowe

Tekst o FSI, określający certyfikowane składniki Fairtrade, oraz odpowiedni adres strony internetowej Fairtrade muszą zostać umieszczone z tyłu, z boku lub z przodu każdego opakowania, które używa znaku FSI.

Tekst o FSI 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.

Strona internetowa Fairtrade

Strona internetowa Fairtrade znajduje się na opakowaniu przy tekście o FSI; ma ona na celu udzielenie konsumentom dodatkowych informacji na temat pozyskiwania surowców Fairtrade. W przypadku sprzedaży międzynarodowej należy korzystać z międzynarodowej strony internetowej 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 tekstu o różnej długości, w zależności od dostępnej przestrzeni na opakowaniu.

Informacje opcjonalne

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

Teksty dotyczące pochodzenia surowców

Niedozwolone jest powiązanie twierdzeń dotyczących pochodzenia kakao i cukru z certyfikatem Fairtrade w bilansie masy, ponieważ certyfikowane kakao i/lub cukier mogą nie znajdować się w samym produkcie.

INFORMACJE PODSTAWOWE

TEKSTY O FSI NA OPAKOWANIU

Podstawowe informacje

Zastosowanie znaku FSI oraz związanego z nim tekstu na opakowaniu jest dozwolone tylko, kiedy 100% wskazanego składnika w oznakowanym produkcie złożonym albo w całej linii lub kategorii produktów jest pozyskiwane na zasadach Fairtrade. Tak jak w przypadku innych modeli Fairtrade, niedozwolone jest kontrolowane mieszanie i mieszanie procentowe składników z certyfikatem Fairtrade ze składnikami bez certyfikatu w oznakowanym produkcie.

Tekst o FSI informuje konsumentów i interesariuszy, że produkt spełnia powyższe kryteria i wyjaśnia konsumentom, czym jest model FSI. Mamy dwa typy tekstów, w zależności od rodzaju zastosowanej kontroli pochodzenia surowców: tekst o fizycznej identyfikowalności lub tekst o bilansie masy. Każdy jest w dwóch wersjach: krótszej i dłuższej, w zależności od dostępnego miejsca. Wszystkie teksty są sformułowane w sposób zgodny z wymogami UE dotyczącymi transparentności informacji na opakowaniach.

Tekst o FSI musi zostać wydrukowany na opakowaniu w przynajmniej jednym języku. Choć w wielu krajach dla produktów sprzedawanych w obrocie międzynarodowym, a więc także poza granicami, dopuszczalny jest angielski, zastosowanie mają tu przepisy krajowe, a licencjobiorca ma obowiązek zapoznać się z nimi i ich przestrzegać. Wszystkie składniki Fairtrade w danym produkcie muszą zostać wymienione w tekście, nawet jeśli nie pojawiają się na dwóch paskach bocznych obok znaku FSI.

Inne informacje

Tekstu o FSI nie wolno zamieszczać na produktach bez znaku FSI.

W przypadku producentów kakao, cukru, herbaty lub soków owocowych (składniki bilansu masy) zabrania się komunikowania korzyści dla producentów Fairtrade w określonym kraju, a także wskazywania **wyraźnie lub w sposób dorożumiany**, że składnik bilansu masy jest fizycznie obecny wewnątrz opakowania.

Uwagi

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

Skrócone i krótkie teksty są używane, gdy przestrzeń na opakowaniu jest ograniczona.

Fizyczna identyfikowalność

Całość [nazwa składnika/składników objętych certyfikatem Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej {informacji}: info.fairtrade.net/sourcing

Przykład

Całość ryżu ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej {informacji}: info.fairtrade.net/sourcing

Kwiaty Fairtrade

Wszystkie [nazwa kwiatów] mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Bilans masy – wersja preferowana

Całość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub mieszać 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). Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Przykład

Całość kakao Fairtrade można zastąpić lub mieszać 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). Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Bilans masy – wersja skrócona

Całość [składnik(i) bilansu masy] można zastąpić lub mieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Więcej {informacji}: info.fairtrade.net/sourcing

Przykład

Całość kakao Fairtrade można zastąpić lub mieszać z kakao bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Więcej {informacji}: info.fairtrade.net/sourcing

Bilans masy – wersja krótka

Dozwolone tylko wtedy, gdy miejsce jest bardzo ograniczone, w tym z powodu wielu tłumaczeń.

Całość [składnik(i) bilansu masy] Fairtrade można zastąpić lub mieszać z [składnik(i) bilansu masy] bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Przykład

Całość kakao Fairtrade można zastąpić lub mieszać z kakao bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

Teksty opcjonalne

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

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 teksty o zrównoważonym rozwoju nie są obecnie dozwolone na opakowaniu.

Fairtrade dokonuje przeglądu i opracowuje opcjonalne teksty do stosowania głównie poza opakowaniem.

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 tego przeglądu.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

MATERIAŁY DLA PUNKTÓW SPRZEDAŻY (POS), B2C

Promocję produktów można zacząć, kiedy produkty ze znakiem pojawiają się na rynku.

Materiały POS mogą być drukowane lub cyfrowe. Przykładami materiałów są wobblery, ekspozytory półkowe, opakowania zbiorcze (SRP), plakaty, menu, karty stołowe, stojaki, półki i ekspozytory, wywieszki na półki, cenówki, jednostki na ladę, tablice wiszące, banery rozwijane, potykacze, magazyny sklepowe itp. Materiały POS, np. video, można też wykorzystywać w cyfrowych punktach sprzedaży, takich jak sklepy internetowe czy strony internetowe.

Tekst o FSI, teksty reklamowe lub inne
Materiały POS muszą zawierać tekst o FSI, wezwanie do działania lub tekst typu: „Szukaj produktów ze znakiem FSI”, „Płatki zbożowe z miodem Fairtrade” czy „Do naszych ciastek wielkanocnych używamy kakao Fairtrade”.

Korzystanie z adresu URL Fairtrade
Adres URL Fairtrade info.fairtrade.net/ sourcing lub adres URL organizacji krajowej jest obowiązkowy w cyfrowych materiałach promocyjnych oraz w punktach sprzedaży. Opcjonalnie można go umieścić na innych drukowanych materiałach promocyjnych.

Naklejki na witryny sklepowe związane z promocją lub wydarzeniem w sklepie są dozwolone tylko, jeśli prowadzą konsumentów do odpowiednich części sklepu.

Naklejki i etykiety samoprzylepne na witryny są dozwolone, kiedy produkty ze znakiem FSI są częścią stałej oferty. Wskazówki dotyczące tekstów promocyjnych – zob. s. 21.

Uwaga

Jeśli firma chce komunikować informacje o modelu FSI poza opakowaniem, znak lub tekst o FSI dotyczący pozyskiwania składników jako Fairtrade nie są dozwolone w punkcie sprzedaży. Znak i teksty o FSI mogą być używane tylko wtedy, gdy w punkcie sprzedaży są towary opatrzone znakiem FSI.



Sklep

Cześć sklepu z ofertą produktów Fairtrade opatrzonych różnymi znakami.

Wyjątek

Aby nie dezorientować konsumentów, sklep może informować klientów o modelu FSI w sposób inny niż na opakowaniach produktów tylko za zgodą NFO lub FI i przestrzegając określonych zasad kryteriów zaopatrzenia.



Wisząca reklama w punkcie sprzedaży

Umieszczona w pobliżu schodów ruchomych, aby zwrócić uwagę klientów na produkty ze znakiem FSI.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

MATERIAŁY DLA PUNKTÓW SPRZEDAŻY (POS), B2C

Oferta produktów w ramach modelu FSI

Znaku FSI bez paska można wyjątkowo użyć w materiałach promocyjnych dla kilku produktów nim oznaczonych, pod warunkiem, że obok niego wymienione są składniki pochodzenia Fairtrade. Przykład po prawej stronie.

Nie wolno używać znaku FSI bez paska z nazwą składników samodzielnie.

Tekst o FSI, wezwanie do działania lub oświadczenie

Materiały POS muszą zawierać tekst o FSI, wezwanie do działania lub tekst kwalifikujący: „Szukaj produktów ze znakiem FSI”, „Płatki zbożowe z miodem Fairtrade” czy „Do naszych ciastek wielkanocnych używamy kakao Fairtrade”.

Korzystanie z adresu URL Fairtrade

Zobacz poprzednią stronę.

Uwaga

Jeśli firma chce komunikować informacje o modelu FSI poza opakowaniem, znak lub tekst o FSI dotyczący pozyskiwania składników jako Fairtrade nie są dozwolone w punkcie sprzedaży. Znak i teksty o FSI mogą być używane tylko wtedy, gdy w punkcie sprzedaży są towary opatrzone znakiem FSI.

Wyjątek

Aby nie dezorientować konsumentów, sklep może informować klientów o modelu FSI w sposób inny niż na opakowaniach produktów tylko za zgodą NFO lub FI i przestrzegając określonych zasad dotyczących kryteriów pozyskiwania surowca.



Punkt sprzedaży detalicznej

Przykład materiału POS ze składnikami wymienionymi obok znaku FSI.



Punkt sprzedaży detalicznej

Przykład materiałów POS z graficzną reprezentacją składników obok znaku FSI.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

MATERIAŁY DLA PUNKTÓW SPRZEDAŻY (POS), B2C

POS w sklepach firmowych

Materiały POS muszą być umieszczone w pobliżu produktów ze znakiem FSI. Materiały umieszczone w widocznych miejscach, np. przy wejściu, wzdłuż schodów ruchomych lub przy kasie muszą być zgodne z tymi wytycznymi i nie mogą sugerować, że inne produkty w ofercie zawierają składniki Fairtrade.

POS na wydzielonych stoiskach

Firma, która podpisała umowę licencyjną na użycie znaku FSI, ma obowiązek zapewnić, że materiały POS są umieszczone na odpowiednim stoisku w sklepie, blisko produktów ze znakiem FSI.

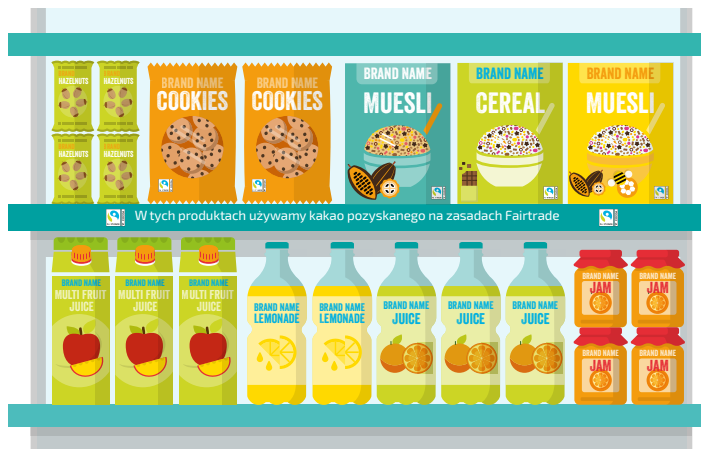
Materiały nie mogą sugerować, że inne produkty w ofercie zawierają składniki Fairtrade.

Wobblery, półki, opakowania zbiorcze itp.

W sprzedaży detalicznej znaki FSI można stosować na materiałach umieszczanych tuż obok produktów FSI. Nazwa marki i produktu musi się znajdować po tej samej stronie co znak FSI. Wobblery, wywieszki na półki, cenówki i podobne materiały muszą być umieszczone w bezpośredniej bliskości produktów ze znakiem FSI. Cenówki można umieścić na wywieszkach, o ile znajdują się bezpośrednio nad produktami ze znakiem FSI.

Cyfrowe punkty sprzedaży

Można wykorzystywać znak FSI na podstronie dotyczącej etycznej konsumpcji lub produktu/-ów w serwisie internetowym skierowanym do konsumentów, wraz z odpowiednim tekstem o FSI. Znak FSI nie należy używać na stronach statycznych, o ile nie ma wyraźnego linku do stron z produktami FSI. Należy unikać stwarzania wrażenia, że wszystkie lub niektóre z pozostałych produktów zawierają składniki Fairtrade. Dozwolony jest link do strony, która wyjaśnia, co to jest FSI, i/lub URL do strony internetowej Fairtrade.



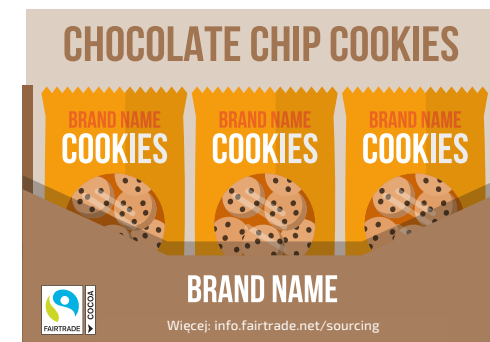
Oznakowanie półek

Znak FSI umieszczony obok stwierdzenia informującego o produktach w ofercie.



Cyfrowy punkt sprzedaży

Znak powinien być umieszczany na stronach z odpowiednimi produktami.



Opakowanie zbiorcze (SRP)

Oznakowane opakowania zbiorczego jest zdecydowanie zalecane, jeśli znak FSI na indywidualnych opakowaniach jest zastąpiony przez opakowanie zbiorcze.



Wobbler

Znak powinien być umieszczony tuż przed produktami ze znakiem FSI.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

OFERTA WIELU PRODUKTÓW FSI, OFERTA MIESZANA FAIRTRADE

Materiały obejmujące oferty różnych produktów ze znakiem FAIRTRADE

W ramach systemu Fairtrade istnieje kilka znaków FAIRTRADE. Oprócz tego, którego dotyczą te wytyczne, jest na przykład znak FAIRTRADE Cotton dla produktów zawierających bawełnę Fairtrade oraz znak FAIRTRADE, który służy do identyfikacji produktów zawierających wszystkie dostępne składniki Fairtrade (wszystko, co może być Fairtrade, jest Fairtrade, ATCB).

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

1. Używając odpowiedniego znaku FAIRTRADE do oznaczenia produktów, które go posiadają (patrz punkt 01), jeśli pozwala na to miejsce i układ materiału. Wezwanie do działania lub odpowiedni tekst muszą być umieszczone gdzieś na materiale promocyjnym.
2. 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 (patrz punkt 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.

Nie można użyć drugiej opcji, jeśli w promocji znajdują się produkty spoza 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 Jeśli nie pozwala na to przestrzeń lub układ: Użyj wyłącznie znaku FAIRTRADE bez strzałki i (w stosownych przypadkach) znaku FSI bez paska, ale z nazwami składników w postaci tekstu.



LOOK FOR PRODUCTS WITH THESE MARKS!



CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

KOMUNIKACJA KORPORACYJNA POZA OPAKOWANIEM

Firmy mogą eksponować swoje działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, włączając informacje o produktach objętych modelem FSI do swoich materiałów korporacyjnych oraz materiałów POS (zob. poprzednia strona). Znak FSI można wykorzystywać do celów promocyjnych dopiero, kiedy na rynku są dostępne produkty ze znakiem FSI lub po zweryfikowaniu zobowiązania firmy do komunikacji o FSI poza opakowaniem. Obowiązuje stosowanie tekstu o ilości surowca FSI ze s. 21. Dozwolone jest podanie korporacyjnego URL do strony prezentującej FSI jako część działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, ale ma być on oddzielony od znaku i tekstu o FSI.

Znak FSI może być też stosowany w komunikacji korporacyjnej bez tekstu o FSI, o ile wyjaśniono wpływ tego modelu Fairtrade na objętych nim producentów. Znak FSI nie wolno używać w sposób sugerujący co-branding, tj. nie może sprawiać wrażenia, że Fairtrade jest twórcą materiałów komunikacyjnych lub właścicielem produktów.

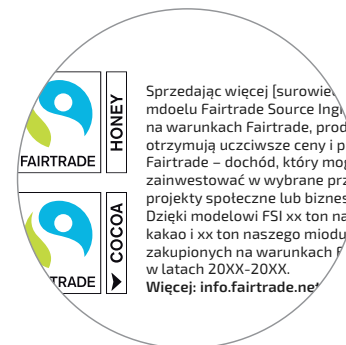
Wszelka komunikacja, także w formach przedstawionych na następnych stronach, musi mieć związek z firmą, która podpisała umowę licencyjną FSI (tj. na szczeblu marki lub firmy/sieci sprzedaży detalicznej), i dotyczyć pozyskiwania składników Fairtrade jako części jej działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Przez materiały korporacyjne rozumiemy materiały wewnętrzne dla pracowników, materiały B2B, w formie drukowanej lub cyfrowej, takie jak materiały prasowe (np. press pack), prezentacje korporacyjne, materiały na targi, firmowe strony internetowe i media społecznościowe.

W rozumieniu niniejszych wytycznych materiały korporacyjne nie obejmują materiałów związanych z identyfikacją wizualną, takich jak papier firmowy, wizytówki, sygnaturki e-mailowe itp.



Cyfrowe

Znaki FSI mogą być stosowane tylko w odniesieniu do składników Fairtrade zawartych w produktach ze znakiem FSI.



Dwa składniki

Firma mogła pozyskać dwa składniki w ramach modelu FSI, a wtedy opakowanie produktu ma znak FSI z dwoma pasekami bocznymi. W materiałach promocyjnych można użyć dwóch oddzielnych znaków FSI, każdy z pojedynczym paskiem bocznym dla danego składnika.



Korporacyjny magazyn CSR

Prezentowanie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, celów i osiągnięć organizacji.



Ulotka B2B z asortymentem produktów

W ulotce mowa o rolnikach Fairtrade.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

TEKSTY PROMOCYJNE FSI B2B POZA OPAKOWANIEM

Informacje podstawowe

Znak FSI oraz teksty promocyjne lub teksty o FSI poza opakowaniem mogą być stosowane dopiero wtedy, gdy na rynku są dostępne produkty ze znakiem FSI albo po zweryfikowaniu uzgodnionych zobowiązań firmy dotyczących zastosowań poza opakowaniem. Znaki i teksty o FSI można wykorzystywać np. na firmowej stronie internetowej, podstronie poświęconej produktom czy modelowi FSI lub w raporcie CSR.

Teksty promocyjne FSI można stosować w zaproponowanym kształcie, ale firmy mogą także opracować własne teksty według przedstawionych tu wskazówek. Te dodatkowe teksty musi zatwierdzić NFO lub FI.

Zaleca się podawanie URL Fairtrade www.info.fairtrade.net/sourcing w materiałach promocyjnych. Natomiast w materiałach cyfrowych ten URL jest obowiązkowy, wraz z tekstem o FSI na opakowaniu lub tekstem promocyjnym.

Adres URL jest też obowiązkowy na drukowanych materiałach POS. W sprawie wyjątków prosimy kontaktować się z organem licencyjnym.

Znaków o FSI i powiązanych z nimi tekstów nie wolno używać w sposób sugerujący co-branding, tj. sprawiający wrażenie, że firma jest twórcą materiałów komunikacyjnych lub właścicielem produktów.

Uwaga:

Tekst o FSI na opakowaniu wyjaśnia znaczenie tego znaku dla konsumentów i innych interesariuszy. Tekst ten można także wykorzystywać poza opakowaniami, sam lub razem z tekstem dotyczącym zobowiązań zakupowych firmy lub tekstami promocyjnymi.

Zasady i wskazówki

Wszystkie teksty promocyjne muszą nawiązywać do decyzji firmy lub marki o zaangażowaniu się w Fairtrade na zasadach modelu FSI w ramach realizacji celów i działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Teksty te nie mogą dotyczyć celów, zamiarów i planów, tylko osiągniętych, zweryfikowanych zobowiązań. Jednym wyjątkiem jest pierwsza zapowiedź lub komunikat prasowy oraz komunikaty o postępach lub dodatkowych zobowiązaniach (zob. poniżej i na następnej stronie). Teksty muszą koncentrować się na konkretnych działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju, nie na ogólnikach, np. na tworzeniu zrównoważonego łańcucha dostaw dla producentów i konsumentów czy na tym, jak model FSI wpisuje się w program firmy na rzecz zrównoważonego rozwoju. Informując o zobowiązaniach dotyczących pozyskiwania składników, podaj otwarcie ilość poszczególnych surowców Fairtrade zakupionych w ramach modelu FSI. Nie podawaj zawyżonej ilości i przesadnych deklaracji.

Komunikaty prasowe, zapowiedzi

Ogłaszanie celów, zamiarów lub planów jest dozwolone wyłącznie za pomocą informacji tekstowej, stosowanie znaku FSI jest niedozwolone, a podanie URL Fairtrade – nieobowiązkowe.

Wyjątek

Po podpisaniu umowy licencyjnej i za zgodą NFO lub Fairtrade International firmy mogą poinformować o uzgodnionych zobowiązaniach w komunikacie prasowym lub oświadczeniu za pomocą samego tekstu lub tekstu ze znakiem FSI i informacją o ilości zakupionych składników Fairtrade.

Raport CSR

W sprawozdaniu rocznym firma może odnieść się do swojego udziału w modelu FSI np. w części o CSR lub zrównoważonym rozwoju, z użyciem znaku FSI lub bez. Tekst o ilości składników Fairtrade można wykorzystać po weryfikacji.

Informacje obowiązkowe

Odpowiedni znak FSI i oświadczenie o ilości składnika/ów Fairtrade. To ostatnie można umieścić obok znaku lub znaków FSI, albo obok innych informacji (tekstu) o modelu o FSI.

Komunikacja korporacyjna i B2B

Obowiązkowe

Informacja o zobowiązaniu do pozyskania ustalonej ilości surowca (preferowana wartość w tonach)

W ramach modelu Fairtrade Sourced Ingredient [w roku x / w latach x-y] pozyskał(śmy) xx ton / xx% [nazwa surowca] na zasadach Fairtrade (deklaracja wsteczna).

Opcjonalnie: można odnieść się do całości zobowiązania, tj.

„W roku xxxx pozyskał(śmy) xx ton z łącznego zobowiązania xx ton”.

Opcjonalnie

O osiągnięciach i producentach Fairtrade

Firma A w roku 20XX / w latach 20XX – 20XX pozyskała w ramach modelu Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) xx ton [nazwa surowca Fairtrade] z [nazwa kraju / regionu] używanego w [nazwa kraju] / wykorzystywanego w produktach [marki/submarki]. Dzięki temu więcej producentów z [nazwa kraju/regionu] może dołączyć do systemu Fairtrade i sprzedawać coraz więcej [nazwa surowca] na zasadach Fairtrade. Więcej informacji na info.fairtrade.net/sourcing lub w serwisie internetowym firmy (zawierającym więcej informacji na temat zobowiązania lub łącznie do tej informacji).

O Fairtrade

Sprzedając większe ilości [surowiec Fairtrade] na zasadach Fairtrade, producenci w systemie Fairtrade otrzymują uczciwsze ceny i premię Fairtrade – dochód, który inwestują w wybrane przez siebie projekty społeczne lub biznesowe.

Informacje weryfikowalne

Deklarowane ilości surowca muszą być faktycznie **pozyskane i zweryfikowane**. Wszystkie informacje muszą być uzasadnione i weryfikowalne.

CZĘŚĆ 3: MATERIAŁY PROMOCYJNE

TYMCZASOWE TEKSTY I TEKSTY B2C O FSI POZA OPAKOWANIEM

Informacje podstawowe

Model FSI wymaga, by 100% danego surowca do linii produktów złożonych lub w całym asortymencie było pozyskiwane na zasadach Fairtrade, a teksty promocyjne można przedstawiać dopiero, kiedy na sklepowych półkach dostępne są produkty ze znakiem o FSI i/lub FSI i/lub kiedy zweryfikowano zobowiązanie do pozyskiwania surowca Fairtrade poza opakowaniem.

Jednak model FSI umożliwia także poinformowanie interesariuszy, że pewien procent surowca w całym asortymencie firmy jest pozyskiwany w sposób zrównoważony, na zasadach Fairtrade. Oznacza to, że zobowiązania firmy do pozyskiwania danego surowca na zasadach Fairtrade w różnych liniach produktów stanowią określony procent całkowitej ilości tego surowca pozyskiwanego przez firmę.

Tekst można wykorzystywać na materiałach promocyjnych po konsultacji z NFO lub Fairtrade International, by mieć pewność, że wymagania są spełnione.

Na materiałach promocyjnych zamiast info.fairtrade.net/sourcing można podawać krajowy adres internetowy, jeśli **sprzedaż ogranicza się** do kraju, w którym znajduje się siedziba spółki i NFO.

Teksty o częściowym wypełnieniu zobowiązań

Po uzgodnieniu z NFO lub FI, firma może upublicznić informację o częściowym wypełnieniu zobowiązania w dowolnym momencie, w którym możliwe jest zweryfikowanie pochodzenia surowca. Firma może również przedstawić częściowe wypełnienie zobowiązania w stosunku do całości zobowiązania w zakresie pozyskiwania surowca.

Firma może wówczas użyć znaku FSI. Obowiązkowe jest podanie adresu URL Fairtrade.info.fairtrade.net/sourcing i następującej informacji:

[Nazwa firmy] do roku xxxx pozyska xx ton/xx% [nazwa surowca] używanego w całej gamie produktów na zasadach Fairtrade w ramach modelu Fairtrade Sourced Ingredient. W roku xxxx pozyskaliśmy xx ton. [Opcjonalnie: informacja może zawierać odniesienie do całości zobowiązania w zakresie pozyskiwania surowca, tj. „W roku xxxx pozyskaliśmy xx ton z łącznego zobowiązania xx ton]. Oznacza to, że jesteśmy na drodze do osiągnięcia w tym roku celu pozyskania planowanej ilości zrównoważonego [nazwa surowca].

Komunikacja POS i B2C

O Fairtrade

Sprzedając większe ilości [surowiec Fairtrade] na zasadach Fairtrade, producenci w systemie Fairtrade otrzymują uczciwsze ceny i premię Fairtrade – dochód, który inwestują w wybrane przez siebie projekty społeczne lub biznesowe.

Angażowanie konsumentów

Kupując produkty zawierające [lub nazwa surowca/surowców] pozyskane w ramach modelu FSI, wspierasz działania Fairtrade na rzecz producentów [surowiec Fairtrade], pomagając uzyskać lepszą ofertę i uczciwsze warunki handlowe.

Modyfikacja informacji

Jeżeli chcą Państwo zmodyfikować powyższe informacje, aby dostosować je do własnych potrzeb, tekst do zatwierdzenia należy przestać do NFO lub Fairtrade International. Wszystkie informacje muszą być uzasadnione i weryfikowalne.

CZĘŚĆ 4: INFORMACJE NIEZBĘDNE

Słowniczek

Zapewnienie: weryfikowalne dowody dowody, że określone wymagania dotyczące produktu, procesu, systemu, osoby lub podmiotu są spełnione.

B2B: (ang. Business to Business) komunikacja między firmami lub szerzej – interesariuszami.

B2C: (ang. Business to consumer) komunikacja między firmą a konsumentem.

Łańcuch dowodowy: sekwencja zdarzeń, zachodząca w momencie, gdy własność lub kontrola nad składnikiem jest przenoszona z jednego podmiotu na drugi w łańcuchu dostaw.

Produkt złożony: produkt wieloskładnikowy, zgodny z wymaganiami co do składu produktu zawartymi w standardach Fairtrade dla traderów (Fairtrade Standard). Znak o FSI może być stosowany tylko na produktach złożonych.

Mieszanie kontrolowane, mieszanie procentowe: fizyczne zmieszanie składników z certyfikatem Fairtrade i bez certyfikatu w produkcie złożonym. Nie mylić z bilansem masy. Niedozwolone w Standardach Fairtrade.

Sprzedaż transgraniczna: sprzedaż produktów na rynku międzynarodowym.

Fairtrade International: międzynarodowa organizacja skupiająca krajowe organizacje Fairtrade w krajach konsumenckich oraz sieci producentów w krajach producenckich. Fairtrade International odpowiada za ustalanie strategicznego kierunku

rozwoju systemu Fairtrade i opracowanie Standardów Fairtrade. Jest właścicielem wszystkich znaków Fairtrade i udziela na nie licencji.

Fairtrade Marketing Organization, FMO: organizacje Fairtrade bez uprawnień do udzielania licencji, odpowiedzialne za promowanie Fairtrade w swoich krajach.

Fairtrade Sourced Ingredient (FSI): (dawniej Fairtrade Sourcing Program, FSP) model pozyskiwania surowców, mający zastosowanie do wszystkich produktów z wyjątkiem kawy i bananów. Model koncentruje się na pozyskiwaniu surowców Fairtrade, a symbolizuje go znak FSI. Licencjobiorcom FSI oferuje się różne możliwości komunikacji, w tym znak FSI na opakowaniach produktów złożonych, a także teksty i komunikaty poza opakowaniami.

Składnik Fairtrade: preferowany sposób nazywania składnika, np. róże Fairtrade.

Warunki finansowe Fairtrade: cena Fairtrade i premia Fairtrade, wypłacane producentom Fairtrade za sprzedaż wytworzonych przez nich surowców.

URL Fairtrade: adres www.info.fairtrade.net/sourcing lub adres strony internetowej należącej do NFO.

Kod FFL: kod licencjobiorcy Fairtrade Foundation UK, wymagany na opakowaniu, jeśli właściciel marki jest licencjobiorcą.

Tekst o FSI: stosowany razem ze znakiem FSI z tyłu, z boku lub z przodu opakowania komunikat o surowcu Fairtrade w produkcie złożonym, wiążący tę informację ze

znakiem FSI. Zawiera URL Fairtrade.

Organ licencyjny: Organizacja Fairtrade posiadająca formalną umowę z Fairtrade International na sublicencjonowanie znaków FAIRTRADE w danym kraju lub regionie. W systemie Fairtrade są to Krajowe Organizacje Fairtrade (NFO). Fairtrade International sublicencjonuje znaki FAIRTRADE w krajach, w których nie ma NFO.

Krajowa Organizacja Fairtrade (National Fairtrade Organization, NFO): krajowe organizacje Fairtrade udzielają licencji na znak certyfikacji FAIRTRADE umieszczany na produktach i promują Fairtrade na swoim terytorium. Wiele z nich jako członkowie założyciele przyczyniło się do powstania Fairtrade International w 1997 r.

Bilans masy: rodzaj kontroli pochodzenia, który przewiduje identyfikowalność surowca na podstawie dokumentów, ale nie obejmuje fizycznego oddzielenia surowców z certyfikatem od tych bez certyfikatu w łańcuchu dostaw.

Krajowy kod licencjobiorcy: kod ustalony przez NFO do identyfikacji produktów przez licencjobiorców. Na niektórych rynkach jest obowiązkowy.

Zobowiązanie poza opakowaniem: zobowiązanie firmy do komunikowania modelu FSI poza opakowaniem.

Opakowanie: każda forma opakowania, w tym wszystkie formy opakowań zewnętrznych, metki, etykiety samoprzylepne itd.

Fizyczna identyfikowalność: rodzaj

kontroli pochodzenia, który wymaga, by certyfikowane surowce były zawsze fizycznie oddzielone od tych bez certyfikatu.

Zakres produktów, linia lub kategoria: produkty zgrupowane razem według kryteriów firmy, np. płatki zbożowe, babeczki, spodnie do jogi.

Weryfikacja: sprawdzenie przez NFO lub FI informacji dotyczących łańcucha dostaw, składu produktu, ilości pozyskane surowca itd. w celu zatwierdzenia produktów złożonych FSI lub twierdzeń firmy.

CZĘŚĆ 4: INFORMACJE NIEZBĘDNE

Zastrzeżenia

Fairtrade International udziela licencji na stosowanie znaku FSI (Fairtrade Sourced Ingredient) firmom, które kupują surowce z certyfikatem Fairtrade zgodnie z międzynarodowymi Standardami Fairtrade i wymogami modelu FSI. Prawo stosowania znaku FSI jest uzależnione od podpisania i przestrzegania przez firmę wymogów umowy licencyjnej FSI.

Zatwierdzone użycie znaku FSI dotyczy wyłącznie produktów lub surowców wyszczególnionych w umowie licencyjnej FSI i nie obejmuje żadnych twierdzeń o sprzedających je firmach lub organizacjach.

Licencjodawca i/lub sprzedawca, którego nazwa znajduje się na produkcie lub jest przytwierdzona do produktu, ponosi wyłączną odpowiedzialność za znakowanie i opakowanie produktu oraz inne umieszczone na nim informacje. Do obowiązków licencjodawcy i/lub sprzedawcy należy dopilnowanie, by opakowanie i znakowanie produktu było zgodne z wszystkimi odpowiednimi przepisami i standardami dotyczącymi znakowania (etykietowania) oraz by wszystkie teksty i twierdzenia dotyczące Fairtrade były dokładne i aktualne w chwili drukowania, a w razie potrzeby mogły być poparte dowodami.

Licencjodawca zawsze odpowiada za zapewnienie właściwego wykorzystania znaku o FSI oraz słowa Fairtrade na opakowaniach oraz w materiałach promocyjnych. Ani Fairtrade International, ani Fairtrade Polska nie są sprzedawcami i nie ponoszą odpowiedzialności za teksty

i twierdzenia podane na opakowaniu lub w inny sposób związane z produktem, ani nie udzielają żadnych gwarancji, czy to wyrażonych otwarcie, czy dorozumianych (w tym, bez ograniczeń, dorozumianej gwarancji przydatności handlowej) co do produktu sprzedawanego przez licencjodawcę lub sprzedawcę.

Certyfikacja oznacza, że w momencie certyfikacji produkt, jego skład i opakowanie były zgodne z wymogami i procedurami określonymi w umowie licencyjnej i Standardach Fairtrade.

Na rynkach, na których znak FSI nie jest zarejestrowany, symbol ®, oznaczający, że znak ten jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny lub jako znak indywidualny, musi zostać usunięty ze wzoru znaku.

Symbol ® należy usunąć, nawet jeśli projekt graficzny przedstawiony w niniejszych wytycznych lub w innych materiałach Fairtrade przedstawia znak FSI z tymże symbolem.

W sprawie rejestracji znaku certyfikacyjnego lub znaku indywidualnego w danym kraju, prosimy kontaktować się z organem licencyjnym w danym kraju. Szczegóły znajdują się na końcu tego dokumentu.

Do znaku FSI nie należy dołączać żadnych innych symboli, np. ™, zamiast ®.

Najbardziej aktualną wersję wytycznych można znaleźć na [stronie internetowej Fairtrade International](#).

Obowiązki licencjodawcy

Obowiązkiem Licencjodawcy 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
4. Licencjodawcy muszą również zapewnić, że wnioski o zastosowanie produktu zostaną złożone przed lub jednocześnie z przestaniem projektu graficznego

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

Należy pamiętać, że licencjodawca odpowiada za zapewnienie, że opakowanie produktu jest zgodne ze wszystkimi odpowiednimi przepisami dotyczącymi etykietowania w ramach jurysdykcji obszaru (obszarów), w których produkt jest sprzedawany.

Nie jest to porada prawna, a jedynie **wytyczne dotyczące oświadczeń o zrównoważonym rozwoju związanych z Fairtrade**. Zmiany mają na celu umożliwienie licencjodawcom 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. Licencjodawca może zostać

poproszony o przedstawienie dowodów potwierdzających wszelkie twierdzenia związane ze znakiem i/lub systemem Fairtrade. Fairtrade International i NFO zastrzegają sobie prawo do odmowy użycia znaku do czasu, aż tekst zostanie udokumentowany, skorygowany lub wycofany.

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

Licencjodawca 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.

Licząc od daty wydania nowych wytycznych, licencjodawcy mają 12 miesięcy na wprowadzenie nowych opakowań i materiałów promocyjnych. W szczególnych okolicznościach można zwrócić się do NFO lub FI z wnioskiem o przedłużenie. Licencjodawca 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.

CZĘŚĆ 4: INFORMACJE NIEZBĘDNE

Ochrona znaku FSI

Znak Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) jest wyłączną własnością Fairtrade International (FI).

Fairtrade aktywnie monitoruje użycie znaku FSI na opakowaniach i materiałach promocyjnych na rynku i podejmuje odpowiednie działania w celu ochrony jego integralności. Zachęca się licencjodawców do powiadamiania Fairtrade International lub Krajowej Organizacji Fairtrade o podejrzeniu nadużycia.

Niewłaściwe użycie

W przypadku niewłaściwego użycia znaku FSI przez zarejestrowanego Licencjodawcę, skarga na niewłaściwe użycie będą rozpatrywane w ramach procedury składania skarg Fairtrade i, jako minimum, zostanie wdrożona następująca procedura:

Zgłoszenie nadużycia zostanie zarejestrowane w odpowiednim rejestrze skarg lub nadużyć. Ze spółką lub organizacją nadużywającą znaku FSI zostanie nawiązany kontakt pisemny i/lub telefoniczny, a skarga zostanie rozpatrzona. W stosownych przypadkach wymagane będzie podjęcie działań naprawczych w określonym terminie. Ramy czasowe będą zależne od medium, w którym doszło do naruszenia, oraz wagi naruszenia lub niewłaściwego użycia.

Przeprowadzone zostaną działania następcze w celu upewnienia się, że niewłaściwe użycie zostało skorygowane.

Niepodjęcie przez Licencjodawcę wymaganych działań może skutkować zawieszeniem lub wypowiedzeniem licencji Licencjodawcy i/lub podjęciem kroków prawnych. W przypadku nadużycia znaku FSI przez stronę trzecią,

naruszenie będzie również przetwarzane za pośrednictwem procedury reklamacyjnej, a organizacja Fairtrade powiadomi, że produkt/produkty muszą zostać wycofane ze sprzedaży lub materiały promocyjne z obiegu i/lub strony internetowej ze skutkiem natychmiastowym.

Fairtrade International zastrzega sobie prawo do podjęcia kroków prawnych przeciwko każdej stronie, która reprodukuje, kopiuje lub odwołuje się do znaku FSI w jakiegokolwiek formie bez uprzedniej autoryzacji.

Prawa autorskie

Wszystkie informacje, ilustracje i grafiki zawarte w dokumencie *Zasady używania znaków FSI* są objęte prawami autorskimi Fairtrade International.

Powielanie w całości lub w części jakiegokolwiek treści niniejszych wytycznych jest dozwolone wyłącznie za pisemną zgodą Head of Brand lub Brand Integrity Manager w Fairtrade International.

Zatwierdzenie projektu graficznego

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

Dla krajów bez Krajowej Organizacji Fairtrade (NFO): skontaktuj się z Fairtrade International przez e-mail: license@fairtrade.net

Dane kontaktowe

Fairtrade Polska

Śląska 12

31-014 Kraków

Polska

Tel.: +48 509 030 249

E-mail: grafika@fairtrade.org.pl

www.fairtrade.org.pl

Znak certyfikacji / znak towarowy

Znaki FAIRTRADE są znakami certyfikacyjnymi oraz znakami towarowymi, na które licencji udziela Fairtrade International. Znaków FAIRTRADE nie wolno kopiować, reprodukować ani używać w inny sposób bez wcześniejszej pisemnej zgody Fairtrade International lub wskazanych przez FI podmiotów udzielających sublicencji – Krajowych Organizacji Fairtrade (NFO/FMO) lub organu licencyjnego Fairtrade International.

© Fairtrade International 2025-2026

Autorzy

Projekt: Britta Frühling / www.fruhling.co.uk and PMS at Fairtrade International

Ilustracje: Anika Dallmer / www.frau-d.com and PMS at Fairtrade International

Fotografia: Didier Gentilhomme