

**Przyszłość  
jest fair**



# **ZASADY UŻYWANIA ZNKAÓW FSI**

**Wydanie 5 - wiosna 2026  
FAIRTRADE INTERNATIONAL**



## Spis treści

Wstęp	03
Znaki FAIRTRADE	04

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

Wersje	09
Elementy podstawowe	10
Nieprawidłowe użycie	11

## Część 2: Opakowania produktu

### Umiejscowienie znaku i tekstu o FSI

Hierarchia marek	09
Przód, bok lub tył opakowania	10
Paski boczne, zastosowanie poza opakowaniem	11
Produkty złożone, produkty nieżywnościowe	12
Metki, etykiety, naklejki itp	13
Bukiety mieszane	13
Teksty o FSI – przegląd	14
Teksty obowiązkowe	15
Teksty opcjonalne	17

## Część 3: Materiały promocyjne

Materiały dla punktów sprzedaży (POS), B2C	19
Oferta z produktami FSI, oferta mieszana	22
Komunikacja korporacyjna poza opakowaniem	23
Teksty promocyjne poza opakowaniem	24
Teksty B2C o FSI poza opakowaniem	25

## Część 4: Informacje niezbędne

Słowniczek	26
Zastrzeżenia, odpowiedzialność licencjobiorcy	
Okres przejściowy	27
Ochrona znaku, nieprawidłowe wykorzystanie	
Informacje kontaktowe	28

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 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 przy jednoczesnym zmniejszeniu 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.

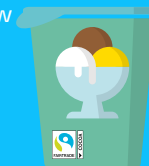
Model FSI to alternatywny sposób dla firm każdej wielkości na zaangażowanie się w Fairtrade, pogłębienie zobowiązań wobec rolników i pracowników, zwiększenie sprzedaży i zmniejszenie ryzyka w łańcuchu dostaw. Oznacza to, że firmy i marki mogą zamawiać poszczególne składniki Fairtrade do danej kategorii 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 (chociaż może być pozyskiwany więcej niż jeden składnik, patrz strona 11). Gdy firmy pozyskują składniki dla całego asortyment, 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 produkcji. 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 surowców 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. 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



## Działanie modelu 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, zwiększenia sprzedaży i zmniejszenia ryzyka w łańcuchach dostaw.

# ZNAKI FAIRTRADE OMÓWIENIE

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.



## 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.

## 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 FSI współistnieją ze znakiem FAIRTRADE na półkach tam, gdzie do sprzedaży wprowadzane są produkty w modelu FSI.

# 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 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

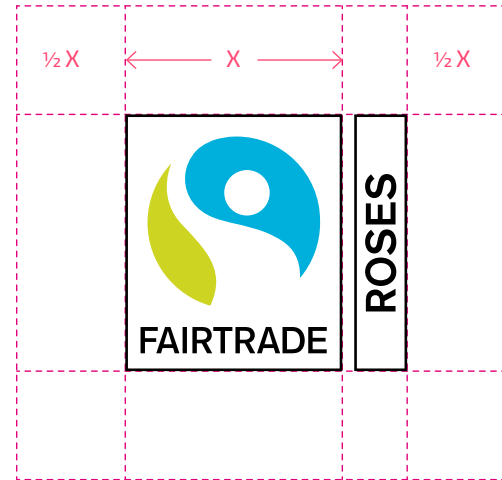
Zastosowane znaki FSI muszą mieć wielkość proporcjonalną do wielkości opakowania lub materiału promocyjnego. Przewodnik po rozmiarach został zaprojektowany w celu ułatwienia wyboru zalecanego rozmiaru FSI Mark. W wyborze zalecanej wielkości znaku FSI pomoże opracowana w tym celu tabela rozmiarów. Najmniejszy 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 podstawowego znaku FAIRTRADE, jeśli gotowy produkt ma więcej niż jeden składnik w modelu 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.

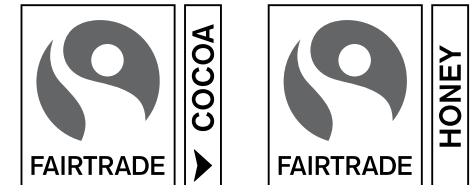


Dopuszczalne są najwyżej dwa paski boczne z nazwami składników. Zaleca się umieszczenie składnika o najwyższej zawartości po lewej.



## 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 użycia.

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, ponieważ przypominałby w ten sposób logotyp organizacji Fairtrade.

Nie wolno rozciągać ani zaburzać proporcji znaku FSI.

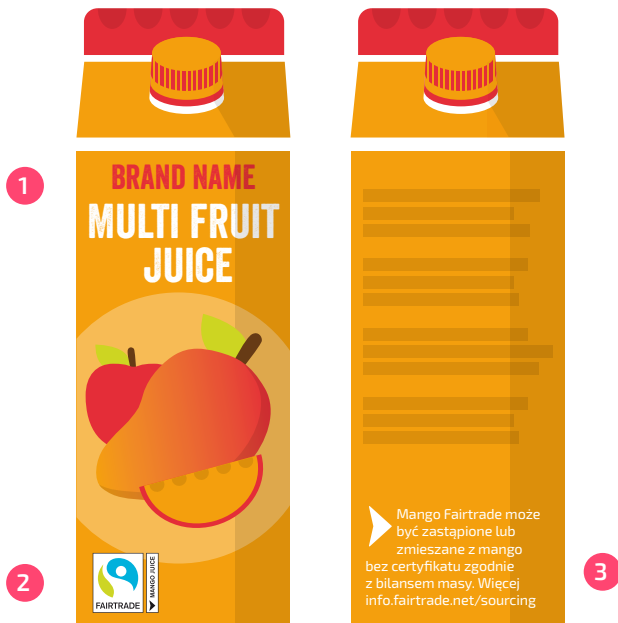
Nie wolno wkomponowywać znaku FSI w grafikę.

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.

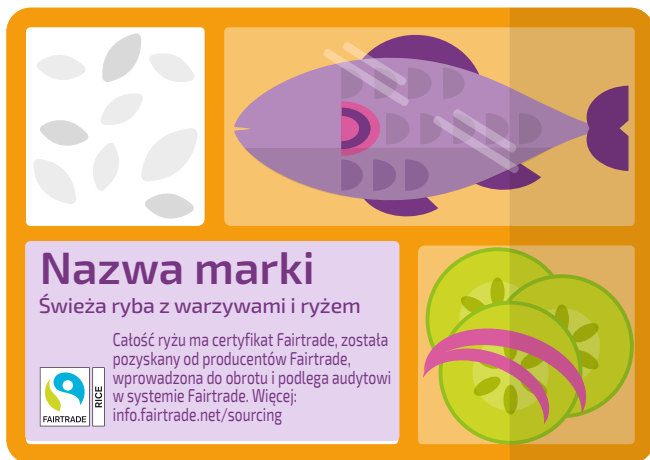
### Nazewnictwo produktów

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

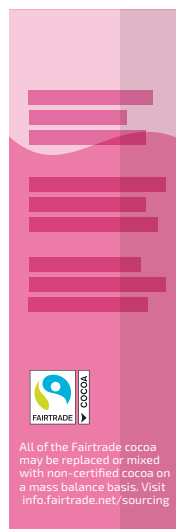
## UMIEJSCOWIENIE ZNAKU I TEKSTU O FSI



**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 nami. 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 licencjobiorca 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 umieszczeniu 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



**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 bukietcie mieszany 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 strona 11.

# INFORMACJE PODSTAWOWE

## TEKSTY O FSI NA OPAKOWANIU

### Przegląd tekstów o FSI na opakowaniu

Dotyczą opakowań produktów złożonych zawierających składniki o identyfikowalności fizycznej lub rozliczane w modelu bilansu masy.

Organizacja odpowiedzialna za system certyfikacji Fairtrade ma swoją siedzibę w Europie i w związku z tym znaki podlegają przepisom prawa europejskiego w zakresie ich stosowania.

Skład produktu w modelu Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) jest regulowany w Standardzie Fairtrade dla Traderów, punkt 2.2.5.

Zgodnie z przepisami Unii Europejskiej, składniki Fairtrade i/lub ich procentowy udział muszą być wskazane w oddzielnym wykazie, innym niż główna lista składników produktu. W głównej liście składników nie wolno stosować elementów wyróżniających – ani tekstowych, ani graficznych (np. pogrubienia czcionki czy symboli) – w celu oznaczenia składników Fairtrade i/lub ich udziału procentowego.

Zaleca się, aby informacje dotyczące składników Fairtrade i/lub ich procentowego udziału w produkcie były udostępniane na stronie internetowej utrzymywanej przez licencjodawcę i/lub markę. Treść tej strony musi zostać przedłożona do zatwierdzenia przez właściwy organ licencyjny.

Teksty o FSI umieszczane na opakowaniu różnią się w zależności od tego, czy składniki są fizycznie identyfikowalne lub czy są rozliczane w systemie bilansu masy. Tekst o FSI na opakowaniu musi być przedstawiony w co najmniej jednym języku.

Teksty nie stanowią porady prawnej – są jedynie wytycznymi dotyczącymi komunikatów z zakresu zrównoważonego rozwoju powiązanych z Fairtrade. Wprowadzone zmiany mają na celu umożliwienie licencjodawcom dalszego stosowania tekstów na opakowaniach dotyczących zgodności produktów ze Standardami Fairtrade International, a jednocześnie z obowiązującymi wymogami regulacyjnymi.

Za zgodność opakowań produktów ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa na obszarach, na których produkt jest sprzedawany, odpowiada licencjodawca.

Licencjodawca ponosi ostateczną odpowiedzialność za przestrzeganie właściwego prawa krajowego.

Pracownicy Fairtrade nie opiniują tekstów o zrównoważonym rozwoju stworzonych przez licencjodawców, które nie są bezpośrednio związane z Fairtrade (dotyczy to marek, firm, korporacji, właścicieli produktów lub certyfikowanych podmiotów handlowych).

Zaktualizowany zestaw opcjonalnych tekstów o Fairtrade do stosowania na opakowaniu i poza nim znajduje się na stronie 16.

### Teksty o FSI zrewidowane w 2025 roku

Fairtrade zaktualizował teksty umieszczane na opakowaniach, aby dostosować je do wymogów dyrektywy UE „Empowering Consumers for the Green Transition”. Dyrektywa ta musi zostać wdrożona do prawa krajowego państw członkowskich UE do marca 2026 r. i wchodzi w życie 27 września 2026 r.

Celem dyrektywy jest zakaz stosowania nieuzasadnionych lub wprowadzających w błąd tekstów środowiskowych i dotyczących zrównoważonego rozwoju. Wprowadza ona również wymóg, że oznaczenia dotyczące zrównoważonego rozwoju muszą opierać się na systemie certyfikacji z niezależną weryfikacją strony trzeciej lub być ustanowione przez organ publiczny.

Kolejnym wymogiem dyrektywy jest to, aby treść każdego tekstu z zakresu zrównoważonego rozwoju była jasna, prawdziwa, niewprowadzająca w błąd i łatwa do zrozumienia dla konsumentów. Tekst musi odnosić się do produktu znajdującego się wewnątrz opakowania, na którym został umieszczony.

### Zakres stosowania

Globalna aktualizacja tekstów FSI na opakowaniach dotyczy wszystkich partnerów handlowych Fairtrade, którzy posiadają umowę licencyjną z organem licencyjnym Fairtrade – niezależnie od tego, czy prowadzą działalność na terenie Unii Europejskiej.

### Informacje obowiązkowe

Tekst o FSI na opakowaniu, określający certyfikowane składniki Fairtrade, oraz adres strony internetowej Fairtrade, są obowiązkowe i muszą zostać umieszczone na tylnej, bocznej lub przedniej części każdego opakowania wykorzystującego znak FSI.

Tekst o FSI musi być wydrukowany w co najmniej jednym języku, najlepiej w języku angielskim, oraz musi zawierać adres strony internetowej Fairtrade: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing).

### Strona internetowa Fairtrade

Strona internetowa Fairtrade stanowi integralną część tekstu o FSI umieszczonego na opakowaniu i umożliwia konsumentom uzyskanie dodatkowych informacji na temat zasad pozyskiwania surowców Fairtrade.

W przypadku sprzedaży międzynarodowej należy stosować stronę: [info.fairtrade.net/sourcing](https://info.fairtrade.net/sourcing).

Jeżeli produkt jest sprzedawany wyłącznie w kraju, w którym działa Krajowa Organizacja Fairtrade, dopuszczalne jest użycie krajowej strony internetowej.

### Rodzaj identyfikowalności

Istnieją odrębne teksty w zależności od rodzaju łańcucha dostaw: identyfikowalność fizyczna oraz bilans masy (dla którego przewidziano różne wersje długości tekstów, zależnie od dostępnej przestrzeni na opakowaniu).

### Teksty dotyczące pochodzenia

W przypadku składników w modelu bilansu masy na produktach lub w odniesieniu do produktów nie wolno komunikować korzyści dla producentów Fairtrade w konkretnych krajach (chodzi o kakao, cukier, herbatę lub soki owocowe). Nie wolno również sugerować – bezpośrednio ani pośrednio – że składnik rozliczany w systemie bilansu masy fizycznie znajduje się w opakowaniu.

Nie jest dozwolone powiązanie tekstów dotyczących pochodzenia kakao i cukru z certyfikacją Fairtrade, ponieważ składniki te są nadal przedmiotem obrotu w systemie bilansu masy, co oznacza, że certyfikowane kakao i/lub cukier mogą nie znajdować się w danym produkcie.

### Informacje opcjonalne

Znak FSI może być dodatkowo umieszczony z tytułu opakowania, jeśli pozwala na to dostępna przestrzeń, jednak nie jest to obowiązkowe.

# INFORMACJE PODSTAWOWE

## TEKSTY OBOWIĄZKOWE O FSI

### Podstawowe informacje

Zastosowanie znaku FSI oraz związanego z nim tekstu na opakowaniu jest dozwolone tylko, kiedy 100 % wskazanego składnika w oznakowanej 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 oznakowanej 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 licencjodawca 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 dorozumiany**, 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

[nazwa składnika 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 A:** Ryż ma certyfikat Fairtrade, został pozyskany od producentów Fairtrade, wprowadzony do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej informacji info.fairtrade.net/sourcing

### Kwiaty Fairtrade

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

### Bilans masy – wersja krótka

[Składnik w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany ze [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. {Więcej} info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład A:** Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. Więcej info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład B:** Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. info.fairtrade.net/sourcing

### Bilans masy – wersja długa

[Składnik w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu {podczas przetwarzania} zgodnie z bilansem masy. Oznacza to, że ilość pozyskanego [składnik w bilansie masy] Fairtrade jest identyczna z całkowitą ilością [składnik w bilansie masy] użytą w tym [nazwa produktu końcowego]. {Więcej} {informacji} info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład:** Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. Oznacza to, że ilość pozyskanego kakao Fairtrade jest identyczna z całkowitą ilością kakao użytego w tej czekoladzie. Więcej info.fairtrade.net/sourcing

### Bilans masy – wersja bardzo krótka

Wyjątkowe zastosowanie tylko gdy przestrzeń na opakowaniu jest ograniczona, np. gdy wymaganych jest kilka języków

[Składnik w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu (bilans masy). {Więcej} info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład A:** Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu (bilans masy). Więcej info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład B:** Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu (bilans masy). Więcej info.fairtrade.net/sourcing

### Wyjątkowe zastosowanie

Wyjątkowe zastosowanie dla bardzo małych opakowań (maksymalna powierzchnia 28 cm<sup>2</sup>)

Cały [składnik w bilansie masy] Fairtrade pozyskano zgodnie z bilansem masy. info.fairtrade.net/sourcing

**Przykład:** Cały cukier Fairtrade pozyskano zgodnie z bilansem masy. info.fairtrade.net/sourcing

# INFORMACJE PODSTAWOWE

## TEKSTY OBOWIĄZKOWE O FSI

### Identyfikowalność mieszana

Tylko gdy używane są dwa składniki z różnymi rodzajami identyfikowalności

**Wersja krótka:** [fizycznie identyfikowalny składnik Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade. [składnik Fairtrade w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. {Więcej} [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład A:** Wanilia ma certyfikat Fairtrade. Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład B:** Wanilia ma certyfikat Fairtrade. Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Wersja długa:** [fizycznie identyfikowalny składnik Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade i został pozyskany od producentów Fairtrade. [składnik w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu [podczas przetwarzania] zgodnie z bilansem masy. Oznacza to, że ilość pozyskanego [składnik w bilansie masy] Fairtrade jest identyczna z całkowitą ilością [składnik w bilansie masy] użytą w tym [nazwa produktu końcowego]. {Więcej} {informacji} [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład A:** Wanilia i cynamon mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade. Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu podczas przetwarzania zgodnie z bilansem masy. Oznacza to, że ilość pozyskanego kakao Fairtrade jest

identyczna z całkowitą ilością kakao użytego w tej czekoladzie.

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

**Przykład B:** Wanilia i cynamon mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade. Kakao Fairtrade może być zastąpione lub zmieszane z kakao bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy. Oznacza to, że ilość pozyskanego kakao Fairtrade jest identyczna z całkowitą ilością kakao użytego w tej czekoladzie. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Ponad 50% płynów

Dla produktów zawierających ponad 50% płynów (chodzi o produkty wieloskładnikowe takie jak napój kawowy lub woda gazowana)

### Identyfikowalność mieszana

[fizycznie identyfikowalny składnik Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, został pozyskany od producentów Fairtrade, wprowadzony do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Całkowita zawartość bez pochodnych mleka. {Więcej} {informacji} [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład:** Kawa ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Całkowita zawartość bez pochodnych mleka. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Bilans masy – wersja krótka

[składnik w bilansie masy] Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy, całkowita zawartość bez wody/pochodnych mleka. {Więcej} {informacji} [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład:** Cukier Fairtrade można zastąpić lub zmieszać z cukrem bez certyfikatu zgodnie z bilansem masy, całkowita zawartość bez wody. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

### Bilans masy – wersja długa

[składnik w bilansie masy] Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany ze [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu [podczas przetwarzania], całkowita zawartość bez wody/pochodnych mleka. Pozyskana ilość [składnik w bilansie masy] jest identyczna z całkowitą ilością [składnik w bilansie masy] użytą w tym [nazwa produktu końcowego] zgodnie z bilansem masy. {Więcej} {informacji} [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

**Przykład:** Cukier Fairtrade może być zastąpiony lub zmieszany z cukrem bez certyfikatu podczas przetwarzania, całkowita zawartość bez wody. Pozyskana ilość cukru Fairtrade jest identyczna z całkowitą ilością cukru użytego w tym napoju zgodnie z bilansem masy. Więcej [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing)

# INFORMACJE PODSTAWOWE

## TEKSTY OPCJONALNE O FSI

### Teksty opcjonalne

Następujących tekstów można używać na opakowaniach oraz poza nimi. Muszą być wykorzystane bez zmiany treści.

Adres URL Fairtrade towarzyszy tekstom obowiązkowym, dlatego nie ma potrzeby powielania go w tekście opcjonalnym, za wyjątkiem sytuacji, gdy jest prezentowany poza opakowaniem i nie ma innych punktów odniesienia.

W ramach oferty dostępne są dwa warianty: Pakiet A oraz Pakiet B. Ten drugi powinien być stosowany ze szczególną ostrożnością, ponieważ deklaracje odnoszące się do aspektów środowiskowych wiążą się z podwyższonym ryzykiem w kontekście przepisów EmpCo. W związku z tym nie powinien on stanowić pierwszego wyboru.

Prosimy zwrócić uwagę, że deklaracje zawarte w Pakiecie B są uznawane za bardziej ryzykowne i powinny być wykorzystywane wyłącznie w przypadku gotowości do podjęcia potencjalnego ryzyka.

Każdy z pakietów obejmuje cztery odrębne obszary tematyczne:

#### Zrównoważony rozwój

#### Zgodność ze standardami i certyfikacja

#### Zobowiązanie firmy lub marki

#### Rolnicy i pracownicy Fairtrade

Podobnie jak w przypadku deklaracji obowiązkowych, poniższe informacje nie stanowią porady prawnej, lecz jedynie wytyczne dotyczące deklaracji z zakresu zrównoważonego rozwoju związanych z Fairtrade. Deklaracje fakultatywne mają na celu umożliwienie licencjobiorcom

dalszego stosowania na opakowaniach deklaracji niezwiązanych bezpośrednio ze zgodnością produktu ze Standardami Fairtrade International, przy jednoczesnym zachowaniu zgodności z obowiązującymi wymogami regulacyjnymi.

### Teksty opcjonalne – pakiet A

#### Do wykorzystania na opakowaniach oraz poza nimi

##### Zrównoważony rozwój

**Długa wersja:** Znak FAIRTRADE symbolizuje wspólne zobowiązanie rolników, pracowników, firm i konsumentów. Kierując się standardami Fairtrade, razem działamy na rzecz bardziej zrównoważonego i odpowiedzialnego handlu.

**Krótką wersja:** Znak FAIRTRADE symbolizuje wspólne zobowiązanie rolników, pracowników, firm i konsumentów na rzecz zrównoważonego i odpowiedzialnego handlu.

##### Zgodność ze standardami i certyfikacja

**Długa wersja:** [Składnik] pochodzi z [gospodarstw/plantacji] posiadających certyfikat Fairtrade i zgodnych ze Standardami Fairtrade, w tym z wymogami dotyczącymi lepszych cen i warunków pracy.

**Krótką wersja:** Fairtrade wspiera rolników i pracowników poprzez oferowanie lepszych cen i warunków pracy.

##### Zobowiązanie firmy lub marki

**Długa wersja:** Wybierając produkt z certyfikatem Fairtrade, wspierasz zaangażowanie {firmy} [nazwa firmy]

w Fairtrade. Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

**Krótką wersja:** Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

##### Rolnicy i pracownicy Fairtrade

**Długa wersja:** Sprzedaż większej ilości [składnika] na warunkach Fairtrade wspiera rolników i pracowników w budowaniu silniejszych organizacji oraz sprzyja tworzeniu bardziej sprawiedliwych warunków handlu i pracy.

**Krótką wersja:** Fairtrade współpracuje z rolnikami i pracownikami, przyczyniając się do stosowania uczciwszych warunków handlu i pracy.

\* Tekst w nawiasach [ ] należy zastąpić odpowiednią nazwą lub informacją.

\* Teksty, w których mowa o wyższych cenach mogą być użyte tylko w przypadku kategorii produktowych, dla których istnieje cena minimalna.

# INFORMACJE PODSTAWOWE

## TEKSTY OPCJONALNE O FSI

### Teksty opcjonalne - pakiet B

Teksty z Pakietu B należy stosować z ostrożnością, ponieważ informacje odnoszące się do aspektów środowiskowych są ryzykowniejsze w kontekście dyrektywy EmpCo.

#### Do wykorzystania na opakowaniach oraz poza nimi

#### Zrównoważony rozwój

**Długa wersja:** Znak FAIRTRADE symbolizuje wspólne zobowiązanie rolników, pracowników, firm i konsumentów. Kierując się standardami Fairtrade, razem działamy na rzecz bardziej zrównoważonego i odpowiedzialnego handlu.

**Krótką wersja:** Znak FAIRTRADE symbolizuje wspólne zobowiązanie rolników, pracowników, firm i konsumentów na rzecz zrównoważonego i odpowiedzialnego handlu.

**Tekst dodatkowy:** Znak FAIRTRADE symbolizuje wspólne zobowiązanie rolników, pracowników, firm i konsumentów do polepszania warunków społecznych, gospodarczych i środowiskowych tam, gdzie uprawiane są produkty Fairtrade.

#### Zgodność ze standardami i certyfikacja

**Długa wersja:** [Składnik] pochodzi/a z [gospodarstw/plantacji] posiadających certyfikat Fairtrade i zgodnych ze Standardami Fairtrade, w tym z wymogami dotyczącymi lepszych cen i warunków pracy.

**Krótką wersja:** Fairtrade wspiera rolników i pracowników poprzez oferowanie lepszych cen i warunków pracy.

**Tekst dodatkowy:** Fairtrade ustanawia standardy dotyczące rozwoju gospodarczego i społecznego, a także zrównoważonego podejścia do środowiska.

#### Zobowiązanie firmy lub marki

**Długa wersja:** Wybierając produkt z certyfikatem Fairtrade, wspierasz zaangażowanie {firmy} [nazwa firmy] w Fairtrade. Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

**Krótką wersja:** Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

**Tekst dodatkowy:** Fairtrade ustanawia standardy dotyczące rozwoju gospodarczego i społecznego, a także zrównoważonego podejścia do środowiska.

#### Zobowiązanie firmy lub marki

**Długa wersja:** Wybierając produkt z certyfikatem Fairtrade, wspierasz zaangażowanie {firmy} [nazwa firmy] w Fairtrade. Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

**Krótką wersja:** Dla nas wybór Fairtrade oznacza stanie po stronie rolników i wspieranie uczciwości, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

#### Rolnicy i pracownicy Fairtrade

**Długa wersja:** Sprzedaż większej ilości [składnika] na warunkach Fairtrade wspiera rolników i pracowników w budowaniu silniejszych organizacji oraz sprzyja tworzeniu bardziej sprawiedliwych warunków handlu i pracy, a także lepszych praktyk środowiskowych.

**Krótką wersja:** Fairtrade współpracuje z rolnikami i pracownikami, przyczyniając się do stosowania lepszych praktyk społecznych i środowiskowych.

\* Tekst w nawiasach [ ] należy zastąpić odpowiednią nazwą lub informacją.

\* Teksty, w których mowa o wyższych cenach mogą być użyte tylko w przypadku kategorii produktowych, dla których istnieje cena minimalna.

# 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. wideo, 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 [info.fairtrade.net/sourcing](http://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, przestrzegając przy tym 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 materiału 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. Znaku 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 umieszczony 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.



# 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.



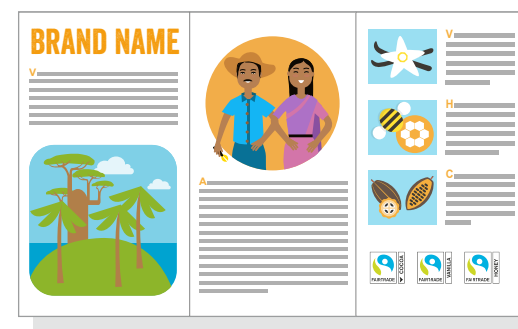
### Dwa składniki

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 [info.fairtrade.net/sourcing](http://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] pozyskałiśmy xx ton / xx % [nazwa surowca] na zasadach Fairtrade (deklaracja wsteczna).

Opcjonalnie: można odnieść się do całości zobowiązania, tj.

„W roku xxxx pozyskałiśmy 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](http://info.fairtrade.net/sourcing) lub w serwisie internetowym firmy (zawierającym więcej informacji na temat zobowiązania lub łącze 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](http://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](http://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].

### Istotne informacje dotyczące planów i przyszłych wyników

Niniejszym informujemy, że zgodnie z przepisami Dyrektywy UE w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie zielonej transformacji (Empowering Consumers for the Green Transition – EmpCo), wszelkie twierdzenia dotyczące przyszłych wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju muszą być poparte jasnymi, obiektywnymi, publicznie dostępnymi i weryfikowalnymi zobowiązaniami przedsiębiorstwa. Zobowiązania te powinny zostać ujęte w szczegółowym i realistycznym planie wdrożeniowym, który jasno wskazuje sposób osiągnięcia wyznaczonych celów oraz zasoby przeznaczone na realizację tych planów.

### 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 nas. 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 [info.fairtrade.net/sourcing](http://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 <sup>®</sup>, oznaczający, że znak ten jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny lub jako znak indywidualny, musi zostać usunięty ze wzoru znaku.

Symbol <sup>®</sup> 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 dotaczać żadnych innych symboli, np. <sup>™</sup>, zamiast <sup>®</sup>.

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.

Licencjodawca musi 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.

Licencjodawca jest ostatecznie odpowiedzialny 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 podejmie 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 zależą 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.

## Dane kontaktowe w sprawie zatwierdzania projektów graficznych

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)

## 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](http://www.fruhling.co.uk) and PMS at Fairtrade International

Ilustracje: Anika Dallmer / [www.frau-d.com](http://www.frau-d.com) and PMS at Fairtrade International

Fotografia: Didier Gentilhomme