

GUIDE D'UTILISATION DU LABEL

FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



ÉDITION 2025
FAIRTRADE INTERNATIONAL



INTRODUCTION



À PROPOS DE CE GUIDE

Le label Fairtrade est le label éthique le plus reconnu dans le monde. Les recommandations de ce guide ont été élaborées pour expliquer comment utiliser le label et le terme Fairtrade. Il a été conçu pour protéger l'intégrité et les valeurs du label Fairtrade. Le label matérialise l'impact et l'empowerment des producteurs ; il les aide à améliorer les conditions de vie de leur famille et de leur communauté. Il est primordial de l'utiliser correctement.

Conçue pour servir de ressource de référence, il est nécessaire de prendre connaissance de la première partie du guide concernant l'utilisation générale du label et du terme Fairtrade ainsi que des parties concernant les usages spécifiques selon vos besoins. Notez qu'un même sujet peut être traité dans différentes parties de ce guide et que toutes les parties se complètent entre elles.

Ce guide comporte des sections montrant la plupart des emballages et matériel promotionnels. Cependant, il ne couvre pas tout. Si vous avez besoin de clarifications ou de plus de conseils quant à l'utilisation du label Fairtrade, veuillez nous contacter aux coordonnées indiquées à la dernière page de cet ouvrage.

Toutes les recommandations concernant le label international Fairtrade s'appliquent à la version Fairtrade/Max Havelaar. Les instructions figurant dans ce guide sont contractuelles et doivent impérativement être respectées.



SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

1.1 À propos de Fairtrade	24
Notre vision	04
Nos valeurs	05
La structure de l'organisation	06
Le système Fairtrade	07
Guide d'utilisation du label	08
Le label FSI	09
1.2. Le label Fairtrade	10
Signification du label	11
Zone d'exclusion	12
Couleurs	13
Versions internationales	14
Versions Fairtrade/Max Havelaar	16
Respect du label	18
Utilisation sur différents fonds	19
Cohabitation avec les autres labels	20
Dimensions et proportions	21
Guide des dimensions	22

DEUXIÈME PARTIE PACKAGING

2.1 Éléments clés de l'emballage	24
Éléments clés sur l'emballage	25
Aperçu des éléments de l'emballage	27
Positionnement du Label : hiérarchie vis-à-vis de la marque	28
Positionnement du label sur le devant de l'emballage	29
Positionnement du label au bord de l'emballage	30
Nom et description du produit	31
Conditionnement multi-produits	32
Transport	33
Exigences pour l'emballage : checklist	34
2.2 Exigences spécifiques	35
Aliments et boissons	36
Fruits et légumes	36
Boissons	41
Boissons alcoolisées	43
Produits non alimentaires	46
Fleurs	46
Plantes et arbres	51
Bulbes de fleurs	52
Plants	53
Balles de sport	54

DEUXIÈME PARTIE SUITE

2.3 Mentions Fairtrade réglementaires	56
Présentation	57
Traçabilité physique	58
Bilan de masse	59
Traçabilité mixte	60

TROISIÈME PARTIE SUPPORTS DE COMMUNICATION

3.1 Promotion des produits Fairtrade	62
Promotin extérieur - Présentation	63
Promotion extérieure	64
Promotion extérieure, vente au détail	66
Vente au détail	67
Distributeurs automatiques	68
Publicité	71
Presse et événementiel	72
Utilisation numérique	73

QUATRIÈME PARTIE INFORMATIONS ESSENTIELLES

4.1 Annexes	74
Validation de l'emballage	76
Responsabilités du détenteur de licence	76
Avertissement	77
Protection du label	78
Terminologie Fairtrade et charte graphique	79
Glossaire	80
Coordonnées	81

01

PREMIÈRE PARTIE 1.1 À PROPOS DE FAIRTRADE

CETTE SECTION EXPLIQUE
 COMMENT NOUS SOUHAITONS
 QUE LE LABEL FAIRTRADE/MAX
 HAVELAAR SOIT VU ET COMPRIS
 DANS LE MONDE.

À PROPOS DE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

NOTRE VISION

NOTRE VISION

La vision de Fairtrade/Max Havelaar est celle d'un monde où tous les producteurs peuvent bénéficier de moyens de subsistance sûrs et durables, développer leurs capacités et décider de leur avenir.

Nous aspirons à transformer le commerce mondial en promouvant des conditions commerciales plus justes.

Pour y parvenir, Fairtrade/Max Havelaar propose un modèle de développement durable ayant un impact sur un plus grand nombre de producteurs, travailleurs et sur leurs communautés.

Comment comprendre Fairtrade/ Max Havelaar et comment en parler

Fairtrade/Max Havelaar est une organisation mondiale qui œuvre pour garantir de meilleures conditions commerciales pour les producteurs et les travailleurs.

Pour Fairtrade/Max Havelaar, le commerce peut être un moteur fondamental de développement durable et de réduction de la pauvreté, à condition d'introduire davantage de justice et de transparence que ne l'impose la norme actuelle.

Pour surmonter les conditions défavorables et la marginalisation, les populations doivent pouvoir décider par elles-mêmes en ce qui concerne leur travail et leurs vies. En renforçant leurs organisations et avec l'appui nécessaire, les producteurs peuvent accéder aux principaux marchés selon des conditions commerciales plus justes.

Nous avons la conviction que les citoyens, les entreprises et les institutions de la société civile dans les pays du Nord sont favorables à cette évolution du commerce. C'est particulièrement le cas lorsqu'ils comprennent les besoins des producteurs et les opportunités que le système Fairtrade/Max Havelaar leur offre afin d'améliorer leur situation.

L'action de Fairtrade/Max Havelaar est motivée par les choix éclairés des consommateurs et la volonté des entreprises d'y répondre. Ces deux volets assurent un soutien essentiel à un plaidoyer élargi en faveur d'une réforme des règles du commerce international et de la création d'un système économique plus juste.

Nous développons de nouvelles opportunités d'engagement avec Fairtrade pour maximiser l'impact et la portée de nos actions tout en renforçant la reconnaissance de la marque. Cela signifie également apporter plus de transparence aux consommateurs sur la composition des produits qu'ils achètent.

À PROPOS DE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

NOS VALEURS

Les valeurs de Fairtrade/Max Havelaar sont :

**ACTION
INTÉGRITÉ
RESPECT
DÉFIS
OPTIMISME**

CRÉER UNE VISION PARTAGÉE

L'action de Fairtrade/Max Havelaar se concentre sur l'empowerment. Les valeurs de Fairtrade/Max Havelaar sont au cœur de l'organisation et elles sont le moteur de ses décisions et de ses actions.

ACTION

Nous faisons ce que nous estimons juste, et nous le faisons de manière efficace. Notre objectif et notre détermination se traduisent concrètement dans les services que nous réalisons pour obtenir un impact maximal pour les individus et les communautés.

INTÉGRITÉ

Pour encourager et promouvoir l'équité et la justice dans le commerce, nous agissons de manière honnête, fiable et transparente et travaillons selon les normes éthiques les plus exigeantes et avec une intégrité absolue.

RESPECT

Nous considérons chaque personne avec dignité et compréhension. Nous accordons une grande importance à la diversité de nos équipes et des personnes avec lesquelles nous interagissons.

DÉFIS

Accroître l'impact de notre travail est notre priorité. Nous fixons nos objectifs d'équité commerciale en créant des critères de référence et en encourageant l'innovation et la participation des communautés.

OPTIMISME

Nous sommes convaincus que nous pouvons agir pour améliorer la vie des producteurs et de leurs familles. Nous développons des idées, nous recherchons des opportunités et nous nous projetons avec enthousiasme dans l'avenir.

À PROPOS DE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

STRUCTURE DE L'ORGANISATION

LES ENTITÉS SUIVANTES COMPOSENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR :

SYSTÈME ET MOUVEMENT DE L'ORGANISATION

Le système Fairtrade incarne une approche alternative au commerce traditionnel et s'appuie sur un partenariat entre producteurs et consommateurs. Il offre aux producteurs des conditions commerciales et des contrats plus justes. Ceci leur donne la possibilité d'améliorer leurs conditions de vie et de prendre en main leur avenir. Et il offre aux consommateurs un puissant moyen d'action pour réduire la pauvreté au travers de leurs choix et de leurs achats au quotidien.

Lorsqu'un produit porte le label Fairtrade/Max Havelaar, cela signifie que les producteurs et les opérateurs de la chaîne d'approvisionnement respectent les standards Fairtrade. Ces standards sont conçus pour garantir aux producteurs des relations commerciales justes et stables.

Le mouvement du commerce équitable diffère de pays en pays ; il représente la voix collective des acheteurs qui se soucient des déséquilibres dans la chaîne d'approvisionnement et qui s'engagent à modifier ce statu quo. Qu'il s'agisse de groupes d'amis se rassemblant pour discuter des raisons de leurs achats, de mouvements citoyens s'organisant au sein de leur communauté, ou d'électeurs adressant des pétitions à leur gouvernement, ils promeuvent un commerce plus équitable qui bénéficie à ceux qui cultivent les produits que nous consommons.

FAIRTRADE INTERNATIONAL (FI)

Fairtrade International est un organisme multipartite à but non lucratif, chargé de l'orientation stratégique du système Fairtrade, de la définition des standards et du soutien aux producteurs. FI est propriétaire du label Fairtrade et accorde une licence d'utilisation aux organisations nationales membres.

FLOCERT

FLOCERT est une entreprise de certification indépendante. FLOCERT est en charge du contrôle des organisations de producteurs ou travailleurs et des opérateurs de la chaîne d'approvisionnement afin de garantir leur conformité aux standards Fairtrade.

RÉSEAUX DE PRODUCTEURS FAIRTRADE

Ce sont des associations que peuvent rejoindre les organisations de producteurs qui portent la certification Fairtrade. On dénombre à l'heure actuelle 3 Réseaux de producteurs représentant des producteurs en Afrique, Asie et Amérique latine / Caraïbes.

Par l'intermédiaire de ces réseaux, les producteurs sont en capacité d'influer de manière significative sur les décisions ayant un impact sur leur travail et leur avenir.

ORGANISATIONS NATIONALES FAIRTRADE (NFO)

Ce sont des organisations nationales qui représentent le label Fairtrade dans leur pays. On dénombre actuellement 19 Initiatives de labellisation qui couvrent 25 pays en Europe, Amérique du Nord, Japon, Australie et Nouvelle-Zélande. Ces organisations accordent à des entreprises de leur pays le droit d'utilisation du label Fairtrade.

ORGANISATIONS DE MARKETING FAIRTRADE (FMO)

Ce sont des organisations nationales qui représentent le label Fairtrade et assurent la promotion du commerce équitable dans leur pays, à l'instar des Initiatives de labellisation. Dans ces pays, FI accorde directement à des entreprises le droit d'utilisation du label Fairtrade. Il existe à l'heure actuelle des organisations de marketing au Brésil, en République tchèque et Slovaquie, à Hong Kong, en Inde, aux Philippines, en Pologne, en Corée du Sud et à Taïwan.

À PROPOS DE FAIRTRADE

LE SYSTÈME FAIRTRADE

LE SYSTÈME FAIRTRADE

Le label Fairtrade répond aux standards sociaux, économiques et environnementaux définis par Fairtrade International. Le label s'applique aux produits et non aux entreprises. Il ne couvre donc ni les entreprises, ni les organisations qui vendent les produits.

Le label représente un système international de commerce alternatif qui garantit aux consommateurs que les producteurs et les travailleurs ont bénéficié d'un prix stable et juste pour leurs produits. Ce prix juste couvre le coût de production durable. Les consommateurs achetant les produits labellisés Fairtrade participent à l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs et travailleurs dans le monde entier.

La Prime de développement permet aux producteurs et aux agriculteurs d'investir dans le développement de leur activité et d'améliorer la qualité de vie de leur communauté. Elle est versée aux organisations de producteurs en plus du prix Fairtrade convenu payé aux producteurs. Les producteurs décident de son utilisation de manière collective et démocratique.

Après avoir développé son approche pendant 30 ans, le système Fairtrade en lumière cinq domaines clés qui sont primordiaux pour les agriculteurs, les travailleurs et les consommateurs. Ces domaines sont : l'égalité entre les genres, les droits des travailleurs, la lutte contre le changement climatique, la protection des enfants et des adultes vulnérables et le revenu minimum vital.

En développant et en contrôlant les standards Fairtrade, en mettant en œuvre des interventions ciblées et en cherchant des financements supplémentaires avec des contributeurs du secteur privé et public, le système Fairtrade relève ces défis.



À PROPOS DE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

LES LABELS FAIRTRADE

LE LABEL FAIRTRADE

Le label Fairtrade est une certification produit indépendante, fiable et largement reconnue qui garantit que les producteurs Fairtrade ont bénéficié de conditions commerciales équitables lors de la vente de leurs produits.

Apposé sur un produit, le label Fairtrade garantit que les standards internationaux Fairtrade ont été respectés. Le label propose aux consommateurs une alternative responsable qui respecte les producteurs. Choisir des produits Fairtrade contribue à améliorer les moyens de subsistance des producteurs et la vie de leur communauté. Les produits qui portent le label Fairtrade sont désormais disponibles dans plus de 50 pays.

Nous avons fait évoluer le label Fairtrade en intégrant le ® à l'intérieur du logo. Le label situé en haut à gauche signifie que le produit est 100 % Fairtrade et physiquement traçable, comme le café, par exemple. Le label présenté en bas à gauche signifie que le produit est 100 % Fairtrade et commercialisé selon le principe du bilan de masse, comme par exemple le thé.

Dans un produit composé de plusieurs ingrédients comme une barre de chocolat, tous les ingrédients dans le produit qui peuvent être certifiés Fairtrade doivent être achetés aux conditions Fairtrade : « tout ce qui peut être Fairtrade est Fairtrade ». Dans ce cas, le label présenté en bas à gauche invite les consommateurs à regarder le dos de l'emballage pour obtenir davantage d'informations sur le label et les ingrédients Fairtrade. La flèche pourra apparaître à côté de la mention réglementaire comme repère visuel.

Marque déposée

Le label Fairtrade est la propriété intellectuelle de Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International e.V., FI) et est une marque internationale déposée.



À PROPOS DE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

LES LABELS FAIRTRADE

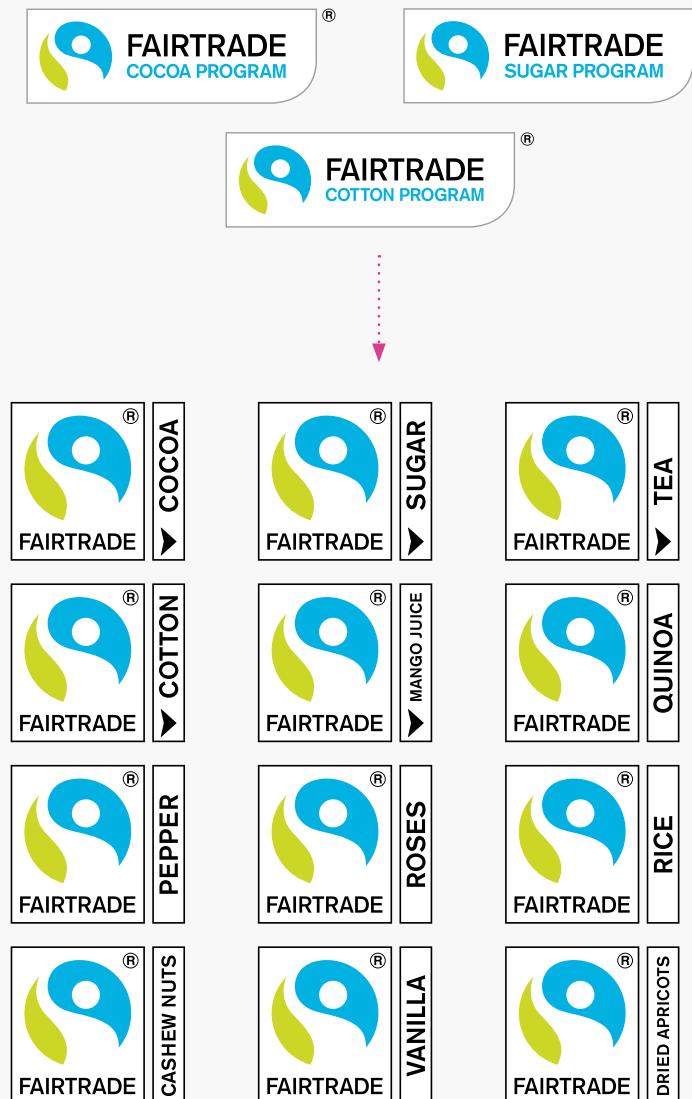
LE LABEL FSI (FAIRTRADE SOURCED INGREDIENT)

Le label FSI s'aligne sur le design du label Fairtrade, ce qui le rend plus reconnaissable pour les consommateurs. Il se distingue toutefois de celui-ci pour montrer un modèle Fairtrade innovant. Le design de ce label est dans la continuité de celui des 3 programmes d'approvisionnement Fairtrade (cacao, sucre, coton) et reflète le développement des modèles d'engagement ingrédients. En effet, Fairtrade a commencé avec des programmes pour le cacao, le sucre et le coton. Le « bloc ingrédient » apporte la flexibilité nécessaire au modèle FSI pour inclure tous les ingrédients Fairtrade, à l'exception du café et des bananes.

Des produits peuvent être labellisés avec le label FSI lorsque l'entreprise a signé un contrat de licence FSI et que les produits ont été validés par une organisation Fairtrade ou par FI. Dans le cas d'une communication hors emballage, les volumes doivent être contrôlés avant d'utiliser le label FSI dans des supports BtoB.

La flèche située dans le « bloc ingrédient » invite les consommateurs à regarder au dos ou sur le côté de l'emballage pour obtenir plus d'informations. Pour ce label, la flèche indique que l'ingrédient est soumis aux principes du bilan de masse.

Les labels FSI coexisteront dans les rayons avec les labels de Programme d'approvisionnement Fairtrade pendant une période de transition. Ils continueront d'exister en parallèle du label Fairtrade. Les entreprises qui utilisent actuellement les labels des programmes Cacao, Sucre ou Coton, qui seront supprimés progressivement, ont jusqu'à deux ans pour faire la transition vers le nouveau label FSI. Si un nouvel emballage est développé et lancé avant cette période de deux ans, il doit déjà comporter le label FSI.



Les labels des programmes Fairtrade pour le cacao, le sucre et le coton seront progressivement supprimés d'ici fin 2020.

Produit comportant plusieurs ingrédients dont un ingrédient Fairtrade, labellisé FSI



01

PREMIÈRE PARTIE
**1.2. LE LABEL
FAIRTRADE**

CETTE SECTION PRÉSENTE LES
MODALITÉS D'UTILISATION DU
LABEL FAIRTRADE.

GUIDE D'UTILISATION DU LABEL

SIGNIFICATION DU LABEL

LE LABEL FAIRTRADE

Le label Fairtrade a été créé en 2002 pour remplacer les différents labels nationaux utilisés par les organisations de commerce équitable. Il a été actualisée en janvier 2011 en épurant et en simplifiant le design, pour plus de clarté et de lisibilité sur les emballages, et pour améliorer la reconnaissance du label. Au printemps 2018, une évolution apporte une plus grande transparence sur la composition des produits (voir page 8).

Le label symbolise l'optimisme des producteurs, en tissant un lien entre la détermination quotidienne des populations des pays en développement et les aspirations des consommateurs désireux de faire la différence. Le label associe les couleurs bleu ciel, symbole de potentiel, et vert tendre, incarnation d'une nouvelle croissance par l'intermédiaire d'un producteur dont le bras levé célèbre l'engagement des hommes et leur capacité d'agir.

Marque déposée

Le label FAIRTRADE est la propriété intellectuelle de Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International e.V., FI). Il est déposé comme marque de certification dans l'union européenne et est une marque internationale déposée. Le label ne doit pas être modifié, copié, reproduit ou utilisé de quelque autre façon que ce soit sans l'accord préalable écrit de Fairtrade International ou de ses organisations de cession de licence désignées (Initiatives de labellisation - LI).



LABEL FAIRTRADE ZONE D'EXCLUSION

ZONE D'EXCLUSION MINIMUM

Pour préserver l'indépendance visuelle du label Fairtrade lorsqu'il est placé à côté d'un texte ou d'illustrations, une zone d'exclusion doit être conservée autour du label et cet espace doit être égal à la moitié de la largeur X du label.

Pour que l'impact du label ne soit pas diminué par d'autres éléments ou logos, aucun texte ni aucune illustration ne doit toucher le label ou se trouver dans la zone d'exclusion. Le label doit rester dégagé. Il ne doit pas être inséré sur d'autres images, textes ou dessins, même si la zone d'exclusion est respectée.

Exceptions

Lorsque l'espace est limité, par exemple, sur un emballage ou une étiquette de petite taille, la zone d'exclusion minimum peut être réduite à une dimension correspondant à 1/4 de la largeur X.



Mesurer le label

La largeur du label Fairtrade est mesurée de bord à bord, liseré blanc inclus.



Label avec flèche

La zone d'exclusion prend en compte la flèche; ainsi, celle-ci doit commencer à sa droite.

LABEL FAIRTRADE COULEURS

COULEURS FAIRTRADE

Il est fortement recommandé d'utiliser la version couleur du label Fairtrade. Lorsque vous utilisez la version couleur du label Fairtrade, les couleurs indiquées ci-contre doivent être utilisées. Une représentation exacte de ces couleurs est essentielle pour faciliter la reconnaissance par les consommateurs du label sur les emballages.

Si une marque ou une sous-marque est créée (ex. : pour une gamme dédiée aux produits Fairtrade ou pour d'autres objectifs), les couleurs identiques ou trop similaires au Leaf Green ou au Sky Blue ne doivent pas être utilisées sur l'emballage ou sur le support promotionnel, afin de protéger l'intégrité du label en tant que label de certification. Si la marque utilise déjà des couleurs qui sont proches du Leaf Green ou du Sky Blue, la version Noir & Blanc du label doit être utilisée.

Lorsque des restrictions de couleurs s'appliquent, la version Noir & Blanc du label peut également être utilisée.

Correspondance de couleurs

Les couleurs peuvent varier en fonction du papier et de l'impression. Veuillez choisir des couleurs aussi proches que possible de celles du nuancier couché PMS.

Sky Blue
CMYK 79. 0. 7. 0
Pantone 306 C, 306 U
RGB 0. 185. 228
HTML #00B9E4

Leaf Green
CMYK 28. 0. 92. 0
Pantone 382 C, 380 U
RGB 190. 214. 0
HTML BED600

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

Rich Black
CMYK 50. 50. 50. 100
Pantone Process Black
C, Noir U
RGB 30. 30. 30
HTML 1E1E1E



LABEL FAIRTRADE

VERSION INTERNATIONALE

VERSIONS STANDARD

Le label Fairtrade est disponible en couleur et en Noir & Blanc. La version couleur du label est la plus reconnue, c'est donc celle-ci qu'il convient d'utiliser. Si la version couleur du label engendre des difficultés de production, la version Noir & Blanc peut être utilisée. Si les couleurs de la marque du produit étaient similaires aux couleurs de Fairtrade avant que le label ne soit appliqué sur celui-ci, la version Noir & Blanc doit être utilisée (voir page précédente).

Impression sur support couleur

Lors de l'impression du label sur un support coloré ou transparent, le liseré blanc et la marque textuelle Fairtrade doivent être imprimés en blanc comme couleur d'accompagnement.

Seuls les visuels du label Fairtrade fournis par Fairtrade International ou par les organisations Fairtrade peuvent être utilisés. L'utilisation de toute autre couleur ou adaptation est interdite.

Pour demander un fichier EPS Illustrator du label Fairtrade, veuillez consulter les coordonnées sur la dernière page. Pour les versions avec la mention Max Havelaar en sous-titre, veuillez consulter la page 17.

Label avec flèche

La flèche associée au label Fairtrade indique aux consommateurs que des informations au sujet du produit labellisé se trouvent au dos ou sur le côté de l'emballage, à l'endroit où la flèche est à nouveau placée.



Label couleur

Fichiers EPS :
FM_PMS
FM_CMYK
FM_RGB



Label Noir & Blanc

Fichiers EPS :
FM_BW



Label couleur avec flèche

Fichiers EPS :
FM_Arrow_PMS
FM_Arrow_CMYK
FM_Arrow_RGB



Label Noir & Blanc avec flèche

Fichiers EPS :
FM_Arrow_BW

LABEL FAIRTRADE

VERSION INTERNATIONALE

VERSIONS À USAGE LIMITÉ

Il n'est pas toujours possible d'imprimer le label Fairtrade en couleur. C'est par exemple le cas lorsque l'impression est limitée à une couleur ou lorsqu'elle est effectuée sur des surfaces rugueuses ou absorbantes comme les cartons d'expédition ou les textiles.

Le label noir et le label blanc ont été créés pour un usage exceptionnel lorsque l'impression globale est limitée à une couleur, le noir ou le blanc. L'utilisation du label dans sa version couleur s'applique à chaque fois que c'est possible.

Le label noir et le label blanc ne peuvent être imprimés qu'en noir et en blanc. L'impression dans d'autres couleurs n'est pas autorisée.

Impression sur fond couleur

Les deux labels peuvent être imprimés sur un fond couleur, de préférence neutre, à condition qu'il y ait suffisamment de contraste entre la couleur du fond et tous les éléments du label. Le label ne doit pas être imprimé sur un fond à motifs, surchargé ou d'une couleur trop vive.

Pour demander un fichier EPS Illustrator du label Fairtrade noir ou blanc, veuillez consulter les coordonnées sur la dernière page.



Label noir
Label monochrome noir



Fichiers EPS :
FM_Black, FM_Arrow_Black



Label blanc
Label monochrome blanc



Fichiers EPS :
FM_White, FM_Arrow_White



Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé en blanc car ceci donnerait lieu à une version négative du label.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé sur des fonds de couleur vive.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir et le label blanc ne doivent jamais être imprimés dans d'autres couleurs que le noir ou le blanc.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé sur des motifs ou des fonds chargés.

LABEL FAIRTRADE VERSION MAX HAVELAAR

VERSIONS SPÉCIFIQUES À CERTAINS PAYS

Le label Fairtrade avec un bandeau indiquant l'appartenance au mouvement « Max Havelaar » est disponible en couleur et en Noir & Blanc.

Ces versions du label ne peuvent être utilisées que pour les produits vendus principalement en France et en Suisse par des sociétés implantées dans ces pays.

Seuls les visuels du label Fairtrade/Max Havelaar fournis par Fairtrade International ou par les organisations Fairtrade peuvent être utilisés. L'utilisation de toute autre couleur ou adaptation est interdite.

Les règles d'utilisation du label Fairtrade/Max Havelaar sont les mêmes que pour le label Fairtrade (version standard).

Pour demander un fichier EPS Illustrator du label Fairtrade/Max Havelaar, veuillez consulter les coordonnées sur la dernière page.



Label MH couleur

Fichiers EPS :
FM_MH_PMS
FM_MH_CMYK
FM_MH_RGB



Label MH Noir & Blanc

Fichiers EPS :
FM_MH_BW



Label MH couleur avec flèche

Fichiers EPS :
FM_MH_Arrow_PMS
FM_MH_Arrow_CMYK
FM_MH_Arrow_RGB



Label MH en Noir & Blanc avec flèche

Fichiers EPS :
FM_MH_Arrow_BW

LABEL FAIRTRADE VERSION MAX HAVELAAR

VERSIONS À USAGE LIMITÉ

Il n'est pas toujours possible d'imprimer le label Fairtrade/Max Havelaar en couleur. C'est par exemple le cas lorsque l'impression est limitée à une couleur ou lorsqu'elle est effectuée sur des surfaces rugueuses ou absorbantes comme les cartons d'expédition ou les textiles.

Le label noir et le label blanc ont été créés pour un usage exceptionnel lorsque l'impression globale est limitée à une couleur, le noir ou le blanc. L'utilisation du label dans sa version couleur s'applique à chaque fois que c'est possible.

Le label noir et le label blanc ne peuvent être imprimés qu'en noir et en blanc. L'impression dans d'autres couleurs n'est pas autorisée.

Impression sur fond couleur

Les deux labels peuvent être imprimés sur un fond couleur, de préférence neutre, à condition qu'il y ait suffisamment de contraste entre la couleur du fond et tous les éléments du label. Le label ne doit pas être imprimé sur un fond à motifs, surchargé ou d'une couleur trop vive.

Pour demander un fichier EPS Illustrator du label Fairtrade/Max Havelaar noir ou blanc, veuillez consulter les coordonnées sur la dernière page.



Label MH noir
Label monochrome noir



Fichiers EPS :
FM_MH_Black, FM_MH_Arrow_Black



Label MH blanc
Label monochrome blanc



Fichiers EPS :
FM_MH_White, FM_MH_Arrow_White



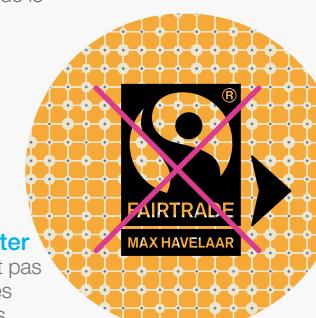
Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé en blanc car ceci donnerait lieu à une version négative du label.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé sur des fonds de couleur vive.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir et le label blanc ne doivent jamais être imprimés dans d'autres couleurs que le noir ou le blanc.



Ce qu'il faut éviter
Le label noir ne doit pas être imprimé sur des motifs ou des fonds chargés.

LABEL FAIRTRADE

RESPECT DU LABEL

UTILISATION INCORRECTE DU LABEL

Il est important que l'apparence du label Fairtrade soit protégée. Le label ne doit jamais être modifié, recréé ou déformé de quelque manière que ce soit.

Il inclut un symbole de marque déposée ®. Celui-ci doit toujours apparaître et il est désormais placé à l'intérieur du rectangle noir et non plus à l'extérieur.

Seuls les visuels du label Fairtrade fournis par Fairtrade International ou par les organisations Fairtrade peuvent être utilisés.

Anciennes versions du Label

Veuillez vous assurer que vous utilisez bien la version la plus récente du label. Le label a été actualisé en 2018. Toutes les versions précédentes du label doivent être remplacées.



N'utilisez pas d'anciennes versions du label avec le liseré noir à l'intérieur de la cocarde (arrêtées depuis 01/2011).

Les couleurs, la police et le symbole de la marque commerciale ne doivent jamais être modifiés.

Le label doit toujours être positionné à la verticale et jamais incliné. **Seule exception :** Lorsque l'ensemble de l'agencement est incliné dans le même sens.

Le label ne doit pas être modifié en fonction d'une forme ou d'un design.



Le label ne doit pas être étiré ou déformé, pour ne pas perdre ses proportions, ni avoir de bords arrondis.

Le label ne doit pas être reproduit dans d'autres couleurs que le noir ou le blanc.

Le label ne doit pas être encadré ou incorporé à un autre élément graphique. Aucun élément ne doit y être ajouté.

Ne retirez aucun élément du Label.

LE LABEL FAIRTRADE

UTILISATION SUR DIFFÉRENTS FONDS

UTILISATION SUR DES FONDS DE DIFFÉRENTES COULEURS OU À MOTIFS

Le label Fairtrade, y compris le symbole de la marque déposée ®, doit toujours être bien visible et ne doit pas être caché par une autre illustration ou un motif de fond. Lors de l'impression du Label sur un fond autre que blanc, le liseré blanc du Label ne doit pas être retiré et le symbole de la marque déposée doit être lisible.

L'utilisation appropriée du Label sur différent fonds doit produire le plus grand contraste possible entre le label, le symbole de marque déposée ® et le fond.

Fonds chargés

Si le label est utilisé sur un fond très chargé, une bordure uniforme doit être ajoutée autour du Label. La bordure doit mesurer la moitié de la zone d'exclusion minimum (1/4 de X, voir page 12) et elle peut être blanche unie ou blanche avec des degrés de transparence afin d'obtenir un effet optimal. La bordure peut aussi être noire mais aucune autre couleur n'est autorisée.



Label sur un fond foncé mais homogène.



Bordure blanche sur un fond chargé.



Fond très chargé. Le label perd sa lisibilité.



Label sur un fond clair et homogène.



Bordure blanche sur un fond chargé.



Fond très chargé. Le label perd sa lisibilité.

LABEL FAIRTRADE LABELS MULTIPLES

COHABITATION AVEC LES AUTRES LABELS

Cette page vous guidera dans la gestion des rapports entre le label Fairtrade et les autres marques ou labels.

Lorsque plusieurs labels figurent sur un même emballage, la priorité est à la clarté et à la cohérence. Notre objectif est de nous assurer que le label Fairtrade reste indépendant à tout moment pour éviter tout conflit d'intérêts, tout message contradictoire ou toute confusion sur le lieu de vente. Le label Fairtrade ne doit pas être placé de manière à ce qu'il puisse être perçu comme appartenant à une société ou à une organisation autre que Fairtrade International ou ses membres.

Le label Fairtrade ne doit pas être de taille plus petite que d'autres certifications ou labels présents sur le même emballage, et les dimensions indiquées dans ce guide doivent toujours être respectées. Veuillez consulter la page 21 sur les dimensions et proportions.

La distance entre le label Fairtrade et d'autres certifications ou labels doit être au moins égale à la moitié de la largeur du label ($1/2 X$) de sorte qu'ils soient perçus comme des labels indépendants l'un de l'autre.

Positionnement horizontal



Positionnement vertical



LABEL FAIRTRADE

DIMENSIONS ET PROPORTIONS

DIMENSIONS DU LABEL

Le label Fairtrade doit être utilisé proportionnellement aux dimensions de l'emballage ou du support promotionnel. Ce guide a été conçu pour vous aider à définir les bonnes dimensions du label sur différents supports. Il indique les dimensions maximales et minimales du label, autorisées sur les différents formats d'emballages ou de supports promotionnels.

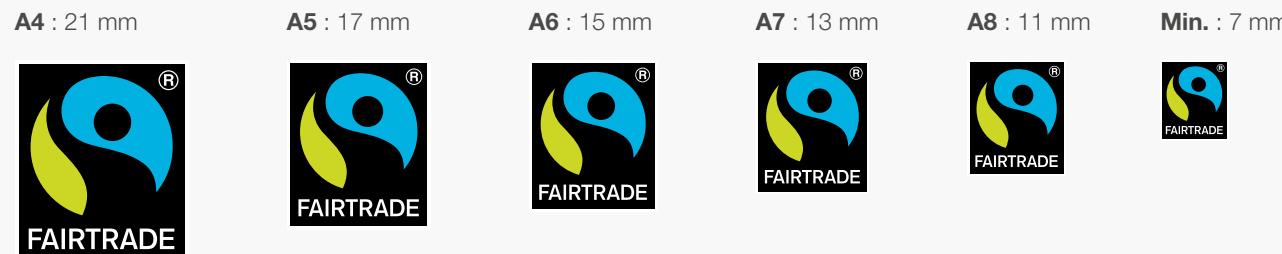
Les dimensions minimales indiquées sur cette page visent à garantir la reproduction et la bonne mise à l'échelle du label. Pour certains produits ou publicités, les dimensions peuvent différer de la matrice présentée ici. Lorsque c'est le cas, il est possible de calculer les dimensions de façon proportionnelle.

Dimensions minimums

Pour garantir la lisibilité, soyez particulièrement vigilant lorsque vous reproduisez le label Fairtrade en petites dimensions. À titre indicatif, le label ne doit pas mesurer moins de 7 mm de large pour des supports imprimés, et la police doit nécessairement être lisible.

Mesurer le label

La largeur du label est mesurée à partir du bord noir jusqu'au bord noir opposé, à l'exclusion du liseré blanc (voir page 12).



LABEL FAIRTRADE

GUIDE DES DIMENSIONS

A4

297 mm x 210 mm

A5

210 mm x 148 mm

A6

148 mm x 105 mm

A7

105 mm x 74 mm

A8

74 mm x 52 mm

A woman with a warm smile, wearing a bright yellow headwrap and a white long-sleeved shirt, is shown harvesting coffee beans from a lush green tree. She is reaching up towards the branches, which are laden with coffee cherries. The scene is bathed in sunlight, creating a vibrant and hopeful atmosphere.

DEUXIÈME PARTIE PACKAGING

02

DEUXIÈME PARTIE
**2.1 ÉLÉMENTS CLÉS
DE L'EMBALLAGE**

CETTE SECTION PRÉSENTE UN APERÇU
DE LA MANIÈRE DE POSITIONNER LE
LABEL FAIRTRADE SUR L'EMBALLAGE.
LES SECTIONS QUI SUIVENT
ABORDENT LES EMBALLAGES POUR
LES CAS PARTICULIERS ET PRODUITS
SPÉCIFIQUES.

EMBALLAGE DES PRODUITS

ÉLÉMENTS CLÉS DE L'EMBALLAGE

ÉLÉMENTS CLÉS DE L'EMBALLAGE

Lors du positionnement du label Fairtrade sur l'emballage du produit, il est important de se rappeler que les consommateurs doivent pouvoir aisément faire la distinction entre la marque et le label.

Les pages suivantes définissent les règles à suivre lors de l'utilisation du label Fairtrade sur n'importe quel emballage.

Le label Fairtrade doit être placé sur la face avant du produit, clairement visible par les consommateurs sur le point de vente.

La mention réglementaire Fairtrade peut être placée à côté du label, ou au dos ou sur un côté de l'emballage.

Éléments sur l'emballage

1. Marque du produit (obligatoire)
2. Sous-marque (optionnel)
3. Nom du produit (obligatoire). Le terme « Fairtrade » n'est autorisé que si les ingrédients sont physiquement traçables*
4. Description du produit (optionnel). Le terme « Fairtrade » n'est autorisé que si les ingrédients sont physiquement traçables*
5. Label Fairtrade (obligatoire)
6. Mention réglementaire Fairtrade, avec adresse du site internet (obligatoire).

* Voir page 31 pour les ingrédients commercialisés selon le bilan massique.



EMBALLAGE DES PRODUITS

ÉLÉMENTS CLÉS DE L'EMBALLAGE

ÉLÉMENTS CLÉS DE L'EMBALLAGE

Les mêmes règles s'appliquent lorsque le label Fairtrade est associé à la flèche invitant les consommateurs à regarder au dos de l'emballage pour obtenir plus d'informations sur le label et les ingrédients Fairtrade.

Le label Fairtrade doit être placé sur la face avant du produit, et il doit être bien visible par les consommateurs sur le point de vente.

La mention réglementaire Fairtrade peut être placée à côté du label, ou au dos ou sur un côté de l'emballage.

Éléments sur l'emballage

- 1 Marque du produit (obligatoire)
- 2 Sous-marque (optionnel)
- 3 Nom du produit (obligatoire)
- 4 Description du produit (optionnel)
- 5 Label Fairtrade (obligatoire)
- 6 Mention réglementaire Fairtrade, avec adresse du site internet (obligatoire)
- 7 Flèche (obligatoire)

Exceptionnellement, la flèche Fairtrade peut être remplacée par une flèche générique ou un triangle pointant vers la mention réglementaire Fairtrade.



EMBALLAGE DES PRODUITS

PRÉSENTATION

APERÇU DES ÉLÉMENTS DE L'EMBALLAGE

Le tableau à droite résume l'ensemble des éléments qui doivent être pris en compte pour l'emballage du produit.

Éléments obligatoires

Le label Fairtrade doit apparaître sur la face avant de l'emballage avec la marque du produit. Les ingrédients Fairtrade et la mention réglementaire Fairtrade doivent apparaître à côté des informations relatives aux ingrédients. La mention réglementaire Fairtrade doit figurer sur tout produit de consommation emballé et labellisé Fairtrade. L'utilisation du site internet de Fairtrade dans la mention réglementaire est également obligatoire.

Notez que le code de référence du Détenteur de licence Fairtrade et/ou le FLO-ID producteur est obligatoire sur certains produits et marchés. Veuillez vous renseigner auprès de votre organisation Fairtrade ou auprès de FI.

Par exemple, au Royaume-Uni uniquement, quand le détenteur de licence n'est pas le propriétaire de la marque, le code référence FFL de l'organisation Fairtrade est obligatoire.

Validation de l'emballage

La maquette de l'emballage doit être validée par une organisation Fairtrade en amont de la production. Veuillez consulter les coordonnées pour la validation à la dernière page du présent guide.

Nous attirons votre attention sur le fait que la communication ne peut pas avoir lieu tant que le produit n'a pas été enregistré auprès d'une organisation Fairtrade et que l'emballage n'a pas été validé.

ÉLÉMENT	B to C	B to B FACING
Nom de la marque	Obligatoire	Obligatoire
Label Fairtrade	Obligatoire	Obligatoire
Fairtrade dans la description du produit	Conseillé*	Conseillé
Nom du détenteur de licence	Conseillé	Obligatoire
FLO ID du producteur	Conseillé (obligatoire pour les fruits frais)	Obligatoire
Code de référence de l'organisation Fairtrade	Obligatoire pour certains marchés	Obligatoire pour certains marchés
Liste des ingrédients Fairtrade	Obligatoire	Conseillé
Mention réglementaire Fairtrade	Obligatoire	Conseillé
Site internet de Fairtrade	Obligatoire	Conseillé

*pour les produits qui sont physiquement traçables

EMBALLAGE DES PRODUITS

POSITIONNEMENT DU LABEL

HIÉRARCHIE VIS-À-VIS DE LA MARQUE

Lors du positionnement du label Fairtrade sur l'emballage du produit, il est obligatoire de faire figurer également la marque et le nom/la description du produit à l'avant de l'emballage. Une hiérarchie claire doit être maintenue entre le label et la marque. Le label Fairtrade ne doit pas être positionné de façon à créer un doute sur l'appartenance du label à une entreprise ou à une organisation autre que Fairtrade International ou ses membres.

La marque doit toujours être plus grande ou au moins plus visible que le label Fairtrade, qui doit être placé idéalement en bas de l'emballage, éloigné de la marque. Les deux doivent être indépendants l'un de l'autre et il n'est pas autorisé d'inclure Fairtrade ou le nom d'une organisation Fairtrade (NFO) dans le nom de la marque. Le label Fairtrade ne doit jamais figurer sur des produits vendus au détail sans marque.

Quel label utiliser ?

Le label sans flèche pour les produits mono-ingrédient et ayant une traçabilité physique.

Le label avec flèche pour les produits mono-ingrédient soumis au principe du bilan de masse.

Le label avec flèche pour tous les produits composés de plusieurs ingrédients, quel que soit le modèle de traçabilité : physique ou bilan de masse (voir page 8).

Couleurs de la marque

Lorsque les couleurs de la marque ou les couleurs principales de l'emballage sont similaires à celles du label Fairtrade, la version couleur complète du Label ne doit pas être utilisée. Il conviendra alors de choisir la version Noir & Blanc. Les couleurs du label, à savoir Fairtrade Leaf Green et Fairtrade Sky Blue, ne doivent pas être employées pour le design de la marque ou de la sous-marque ou comme couleur principale de l'emballage (pour plus d'informations, veuillez consulter la page 13).



01 Utilisation correcte

Le label doit être placé sur le devant de l'emballage, éloigné de la marque.



02 Hiérarchie

Le label ne doit pas être plus visible que la marque ou son identité.



03 Produits sans marque

Le label ne doit pas apparaître sur des produits vendus au détail sans marque.

EMBALLAGE DES PRODUITS

POSITIONNEMENT DU LABEL

FACE AVANT DE L'EMBALLAGE

Le label Fairtrade doit toujours être placé sur le devant de l'emballage et il doit être visible du consommateur lorsque le produit est vu de face.

Lors du positionnement du label, les règles de hiérarchie de la marque doivent être respectées.

Le label doit être moins visible que la marque et en être éloigné. Il doit être placé en bas de l'emballage : à gauche, à droite ou centré.

Remarque :

Si le produit doit être commercialisé sur un rayonnage ou un présentoir, la disposition du produit doit être prise en compte lors du placement du label sur l'emballage. Si le label est caché par le rayonnage ou le présentoir, il doit être repositionné ou un label supplémentaire doit être placé sur le rayonnage ou le présentoir. Voir page 32.

Face arrière de l'emballage

Lorsque le label Fairtrade est placé sur le devant de l'emballage, il est possible d'en placer un autre au dos de l'emballage à côté de la mention réglementaire Fairtrade.



01 Position du label

Le label doit de préférence être placé dans l'angle inférieur gauche ou droit, ou centré horizontalement.

02 Objets cylindriques

Sur des objets ronds ou cylindriques, il est possible de placer le label à moitié en dehors du champ de vision, mais au moins la moitié du label doit toujours être visible lorsque l'emballage est vu de face.

03 Faces avant multiples

Sur les paquets et les boîtes qui ont plusieurs faces, le label doit apparaître sur toute face de l'emballage pouvant être considérée comme le devant de l'emballage, tout en respectant le guide des dimensions de la page 22.

EMBALLAGE DES PRODUITS

POSITIONNEMENT DU LABEL

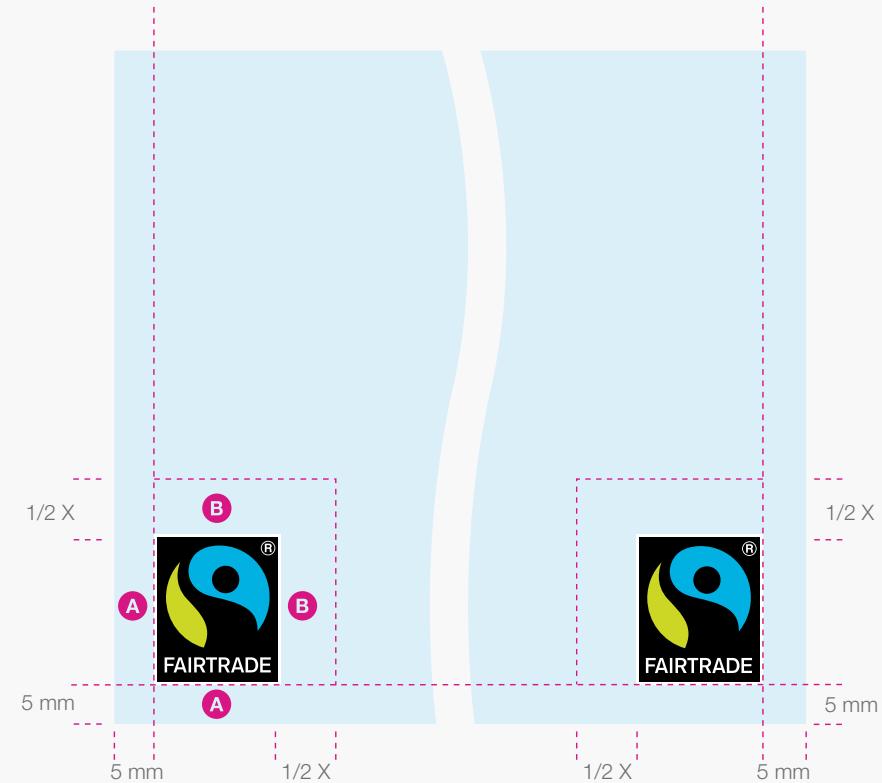
Pour garantir impact visuel et lisibilité, une attention particulière doit être portée au positionnement du label Fairtrade. La hiérarchie vis-à-vis de la marque doit être préservée. Le label ne doit pas être imprimé trop près d'une zone destinée à être cousue, scellée ou découpée. Si aucun autre espace n'est disponible, le label peut être placé à ces endroits à condition qu'il soit parfaitement visible sur le point de vente et qu'il ne soit pas déformé ou plié.

Distance du bord de l'emballage

Le label doit être placé à au moins 5 mm du bord de l'emballage (A), ou de toute fermeture, couture ou pli, afin de permettre des ajustements au niveau de la production. La zone d'exclusion minimum ($1/2 X$) s'applique aux autres côtés du label (B), voir page 12.

Le symbole de la marque déposée

Toutes les versions du label comportent le symbole de la marque de certification déposée ®. Il ne doit pas être déplacé ou supprimé.



EMBALLAGE DES PRODUITS

NOM ET DESCRIPTION DU PRODUIT

DÉNOMINATION ET DESCRIPTION DU PRODUIT

Le terme Fairtrade peut être utilisé en lien avec la dénomination ou la description du produit, mais pas en lien avec la marque ou une sous-marque. Ainsi, le nom d'une ONN, par exemple «Max Havelaar», ne peut pas faire partie de la dénomination du produit.

Produits composés d'un seul ingrédient

Produit composé d'un ingrédient certifié Fairtrade, par ex. café.

Dénomination : café Fairtrade

Produits composés de plusieurs ingrédients certifiés Fairtrade

Produits composés exclusivement d'ingrédients certifiés Fairtrade conformément au Standard Fairtrade, par ex. chocolat (à base de cacao Fairtrade, de sucre Fairtrade et d'autres ingrédients pertinents).

Dénomination : chocolat Fairtrade

Produits composés de plusieurs ingrédients, dont certains certifiés Fairtrade

Produits composés d'ingrédients certifiés Fairtrade et non certifiés Fairtrade, par ex. gâteau au chocolat. Le terme Fairtrade peut être utilisé dans la dénomination/description du produit uniquement en référence aux ingrédients Fairtrade essentiels ou caractéristiques.

Dénomination : gâteau avec cacao et sucre Fairtrade

Dénomination des ingrédients avec balance de masse

Pour le cacao, le sucre, le thé et/ou les jus de fruits avec balance de masse, l'utilisation de «Fairtrade» n'est pas autorisée.

Allégation relative à l'origine

Une allégation relative à l'origine ne peut être faite que si la traçabilité physique est garantie. Pour le cacao, le sucre, le thé et les jus de fruits avec balance de masse, cela n'est pas autorisé.

PRODUIT MONO-INGRÉDIENT FAIRTRADE

Nom de produit acceptable :

Bananes Fairtrade

Cabernet Sauvignon Fairtrade

Café torréfié Fairtrade

Thé noir de Ceylan Fairtrade

Nom de produit non acceptable :

L'utilisation du terme Fairtrade n'est pas autorisée lorsqu'elle est assimilée à une marque ou à une sous-marque :

✗ Cabernet Sauvignon (nom de marque) Fairtrade

✗ Café Max Havelaar

PRODUITS COMPOSÉS FAIRTRADE

Nom de produit acceptable :

Cappuccino au café Fairtrade

Cappuccino avec café Fairtrade

Rhum avec sucre Fairtrade

Muffin avec cacao, sucre et bananes Fairtrade

Boisson au chocolat Fairtrade

Nom de produit non acceptable :

L'utilisation du terme Fairtrade n'est pas autorisée lorsque l'on ne peut pas identifier clairement l'ingrédient qui est certifié Fairtrade :

✗ Cappuccino Fairtrade

✗ Rhum Fairtrade

✗ Muffin Fairtrade au chocolat

EMBALLAGE DES PRODUITS

EMBALLAGE DE PRODUITS EXPOSÉS AUX CONSOMMATEURS

EMBALLAGE DE VENTE AU DÉTAIL

Le label Fairtrade doit être apposé sur tous les rayonnages, présentoirs et caisses qui contiennent des produits certifiés Fairtrade non emballés, commercialisés dans un environnement exposé aux consommateurs. Cependant, il ne doit être utilisé que sur des éléments où tous les produits qui se trouvent dans le contenant sont certifiés Fairtrade.

Rayonnages et présentoirs

Lors du positionnement du label sur un rayonnage ou un présentoir, la même marque et le même nom/la même description que ceux figurant sur le produit doivent être affichés sur le présentoir.

Il n'est pas nécessaire d'imprimer le label sur le présentoir si au moins un label est visible sur un produit du présentoir.

Pour plus d'informations, veuillez consulter la section relative au point de vente, à la page 67.

Caisses pour vente en vrac

Toute caisse ou contenant utilisé(e) pour la vente de produits dans un environnement directement exposé aux consommateurs doit comporter un nom de marque et le label Fairtrade. Le nom/la description du produit, le FLO ID ou le code de référence de l'organisation Fairtrade, le nom du détenteur de licence et le pays d'origine sont recommandés. (Sur certains marchés, le code de référence d'une organisation Fairtrade est obligatoire).

Certaines chaînes d'approvisionnement requièrent également l'indication d'au moins 3 FLO ID, celui de l'emballeur ainsi que celui du maillon qui le précède et celui du maillon qui le suit dans la chaîne d'approvisionnement. Votre organisation Fairtrade ou FLOCERT peut vous fournir ces informations. Les mêmes exigences s'appliquent lorsque le produit en lui-même porte le label. Ceci s'applique par exemple aux cartons d'expédition qui sont également utilisés pour la vente au détail. Par exemple, les bananes. Le label ne doit pas être utilisé si tous les produits ne sont pas certifiés.



01



02

01 Présentoirs

Si le label sur l'emballage du produit est caché par le présentoir, le label, la marque et le nom/la description du produit doivent figurer sur le présentoir.

02 Présentoirs

Si au moins un label sur un produit placé sur le présentoir est visible, il n'est pas nécessaire que le label figure sur le présentoir. Dans cet exemple, le nom de marque est caché par le présentoir.



03



04

03 Contenants pour vente en vrac

Le label doit figurer sur toutes les caisses ou tous les contenants qui sont utilisés pour la vente en vrac de produits certifiés Fairtrade dans un environnement directement exposé au client.

04 Produits certifiés et non certifiés

L'utilisation du label Fairtrade n'est pas autorisée si tous les produits situés dans le contenant ne sont pas certifiés Fairtrade.

EMBALLAGE DES PRODUITS TRANSPORT

EXPÉDITION ET EMBALLAGE DE PRODUITS EN VRAC

Toutes les caisses et tous les contenants utilisés pour le transport de produits certifiés Fairtrade qui seront placés dans un environnement directement exposé aux consommateurs doivent inclure ce qui suit : le propriétaire de la marque ou du produit, le label et le nom ou la description du produit. Recommandé : Mention réglementaire et URL de Fairtrade. Les éléments ci-dessus peuvent être imprimés directement sur la caisse ou sur des étiquettes adhésives à coller sur la caisse.

Le nom d'un détenteur de licence ou le code de référence de l'organisation Fairtrade est requis sur certains marchés. Veuillez consulter votre organisation Fairtrade.

Le FLO ID peut être obligatoire dans certaines chaînes d'approvisionnement; veillez donc à ce que la caisse de transport ou les étiquettes respectent les exigences de FLOCERT.

Exceptions

L'utilisation du label monochrome noir est acceptée sur les contenants directement accessibles aux consommateurs uniquement s'il est imprimé sur un fond clair ou neutre. Voir pages 15 et 17.

Pour indiquer que les cartons de transport contiennent des produits certifiés, un texte peut être imprimé au lieu du label, par exemple, café 100 % Fairtrade ou bananes certifiées Fairtrade.

01 Emballage de produits en vrac

Les emballages destinés au transport et également à la vente dans un environnement directement exposé aux consommateurs (par exemple, des caisses de vin) doivent afficher le label en couleur.



BRAND OR PRODUCT OWNER PRODUCT TITLE OR DESCRIPTOR

FLO ID Importer
FLO ID Exporter
FLO ID Producer
Fairtrade certified
[product name]

BRAND OR PRODUCT OWNER PRODUCT TITLE OR DESCRIPTOR



02 Carton de transport

L'utilisation du label noir n'est acceptée sur les emballages directement exposés aux consommateurs que lorsqu'il est appliqué sur des fonds clairs ou neutres.

EMBALLAGE DES PRODUITS

EXIGENCES RELATIVES AUX EMBALLAGES

VALIDATION DE L'EMBALLAGE

Vous devez recevoir l'accord écrit de votre organisation Fairtrade ou de l'équipe graphisme de Fairtrade International avant l'impression et la distribution publique de tout emballage portant le label Fairtrade.

Nous vous suggérons de vérifier à deux fois votre graphisme avant de le soumettre à validation afin de réduire au minimum les corrections. En effet, toute erreur retarde le processus de validation. Ces recommandations s'appliquent à la plupart des emballages mais ne sont pas exhaustives. Si une clarification est nécessaire sur l'un de ces points, ou pour obtenir des conseils complémentaires, veuillez consulter la dernière page du présent guide.

EMBALLAGE DE PRODUITS : CHECK-LIST

- Les produits présentés ou vendus comme certifiés Fairtrade doivent porter un label Fairtrade. La version couleur du label est recommandée. Page 13.
- Le label doit être placé sur la face avant de l'emballage ou du produit, et doit être visible par le consommateur. Le label doit être positionné de préférence près du bord ou de l'angle inférieur gauche ou droit. Pages 25 et 26.
- Le label doit toujours apparaître comme une certification produit indépendante. Il ne doit pas être confondu avec le nom ou l'identité de la marque. Il doit être moins visible que la marque et doit en être éloigné physiquement. Pages 25 et 26.
- Le label doit avoir des dimensions proportionnelles à la taille de l'emballage et des autres éléments placés sur la face avant. Pages 21 et 22.
- En plus des indications ci-dessus, il est recommandé de placer le nom ou la description du produit, le propriétaire du produit (ex. : le détenteur de licence) et le FLO ID du producteur ou le code de référence de l'organisation Fairtrade sur l'emballage. Le code de référence d'une organisation Fairtrade est obligatoire sur certains marchés et les exceptions où le FLO ID est obligatoire sont mentionnées sur les pages concernées.
- La mention réglementaire Fairtrade doit figurer sur tout produit de consommation emballé et labellisé Fairtrade. Pages 25 et 26.
- Et n'oubliez pas : ne modifiez jamais le label Fairtrade et ne supprimez ou n'ajoutez aucun élément.
- Pour la validation des emballages, contactez d'abord votre organisation Fairtrade (info.fairtrade.net) ou Fairtrade International à l'adresse artwork@fairtrade.net pour les pays sans organisation Fairtrade.
- La plupart des organisations Fairtrade et Fairtrade International gèrent la validation des emballages via un système appelé Fairtrade Connect. Veuillez contacter votre organisation Fairtrade.

02

DEUXIÈME PARTIE 2.2 EXIGENCES SPÉCIFIQUES

CETTE SECTION ABORDE
 L'UTILISATION DU LABEL
 FAIRTRADE SUR LES PRODUITS
 ALIMENTAIRES ET LES BOISSONS.
 UNE SECTION DISTINCTE
 COUVRE LES ARTICLES NON
 ALIMENTAIRES : FLEURS OU
 PLANTES ET BALLONS DE SPORT.

ALIMENTS ET BOISSES FRUITS ET LÉGUMES VENDUS EN VRAC

Les fruits et les légumes vendus en vrac ou en lots doivent être étiquetés individuellement avec le label Fairtrade. Si des lots de fruits du même type sont vendus comme une seule unité, par exemple, une main de bananes, chaque unité doit comporter au moins une étiquette adhésive du label. Ces étiquettes adhésives ne doivent pas être utilisées pour d'autres usages. Veuillez consulter également la page suivante.

Étiquettes adhésives sans marque

Les étiquettes peuvent avoir une forme rectangulaire aux angles arrondis ou ovales à condition que le label ne soit pas modifié. Elles ne doivent pas être utilisées pour d'autres usages.

Informations obligatoires

- Label Fairtrade
- Pays d'origine*
- FLO ID de l'organisation de producteurs*
- Trader FLO-ID facultatif

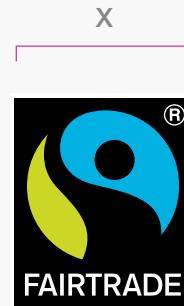
Le label et ses dimensions

Le label doit être reproduit de manière précise et claire en utilisant les bonnes références couleur (voir page 13). Seuls les fichiers du label fournis par Fairtrade doivent être utilisés, sans aucune modification. Le label ne doit pas mesurer moins de 7 mm et plus de 11 mm de large, lorsqu'il est mesuré d'un bord noir à l'autre. Les mots FAIRTRADE et MAX HAVELAAR (si applicable) doivent être lisibles.

Application

Les organisations de producteurs ne peuvent appliquer d'autocollants que pour les ventes Fairtrade et au nom d'un détenteur de licence (veuillez vous référer aux standards Fairtrade).

* La surimpression peut être utilisée, le cas échéant.



01 Dimensions

En fonction de la taille de l'étiquette adhésive, la largeur doit être comprise entre 7 et 11 mm, lorsqu'elle est mesurée d'un bord noir à l'autre. La largeur est définie comme la dimension X.



03 Exemples d'autocollants

Exemple d'autocollants Fairtrade et Fairtrade/Max Havelaar, avec nom du pays, sur une et deux lignes, sur un rectangle aux angles arrondis



La police peut être Arial ou Arial Narrow en fonction du nom du pays. La taille de la police peut être ajustée pour une adaptation optimale. La couleur de la police doit être noire ou gris foncé.



Au moins 12 % de X



Au moins 12 % de X

02 Exception

Pour les autocollants destinés aux fruits uniquement : Laissez un espace libre mesurant au moins 12 % de la largeur du label (mesuré d'un bord noir à l'autre) entre le label et le texte.



04 Exemples d'autocollants

Exemple d'autocollants Fairtrade et Fairtrade/Max Havelaar avec noms des pays sur une et deux lignes, sur une forme ovale.



ALIMENTS ET BOISSONS FRUITS ET LÉGUMES VENDUS EN VRAC

ÉTIQUETTES ADHÉSIVES POUR LES BANANES

Ces étiquettes peuvent porter une marque ou non.

La forme privilégiée des étiquettes adhésives sans marque pour les bananes est le rectangle aux angles arrondis. Votre organisation Fairtrade peut vous fournir la maquette de ces étiquettes.

Chaque main de bananes doit comporter au moins une étiquette adhésive. Ces étiquettes adhésives ne doivent pas être utilisées pour d'autres usages. Plusieurs étiquettes peuvent également être appliquées sur une seule main, dans la limite de trois, sauf lorsqu'un ruban adhésif est utilisé pour maintenir les bananes (voir ci-contre à droite).

Si des sachets flow-pack sont utilisés, veuillez consulter la page 40.

Informations obligatoires

- Label Fairtrade
- Pays d'origine*
- FLO ID de l'organisation de producteurs*
- Trader FLO-ID facultatif

Le label et ses dimensions

Le label doit être reproduit de manière précise et claire en utilisant les bonnes références couleur (voir page 13). Seuls les fichiers du label fournis par Fairtrade doivent être utilisés, sans aucune modification. Le label ne doit pas mesurer moins de 7 mm et plus de 11 mm de large, lorsqu'il est mesuré d'un bord noir à l'autre. Les mots FAIRTRADE et MAX HAVELAAR (si applicable) doivent être lisibles.

Application

Les organisations de producteurs ne peuvent appliquer d'autocollants que pour les ventes Fairtrade et au nom d'un détenteur de licence (veuillez vous référer aux standards Fairtrade).

* La surimpression peut être utilisée, le cas échéant.

Autocollants sans marque

Exemple d'autocollants sans marque appliqués sur des bananes. La forme privilégiée des autocollants pour bananes est le rectangle aux angles arrondis.



Utilisation de ruban adhésif pour maintenir les mains de bananes

Il est autorisé d'utiliser un ruban adhésif autour des mains de bananes. Cela peut réduire l'utilisation de sachets en plastique. Le label Fairtrade, la mention réglementaire, le FLO ID et le code de l'organisation Fairtrade (si exigé) doivent figurer ensemble sur le ruban adhésif et la taille de leur police doit permettre de lire clairement ces informations depuis les rayonnages.

Si les vendeurs autorisent la clientèle à retirer une banane d'un lot entouré d'un ruban adhésif, il est recommandé de placer sur chaque banane un autocollant comportant le label, le pays d'origine et le FLO ID afin que le bon produit puisse être identifié à la caisse.

ALIMENTS ET BOISSONS FRUITS ET LÉGUMES VENDUS EN VRAC

ÉTIQUETTES ADHÉSIVES AVEC MARQUE

Les étiquettes adhésives peuvent avoir une forme rectangulaire avec des angles arrondis ou ovales mais le label en lui-même ne doit pas être modifié. Si des lots de fruits du même type sont vendus comme une seule unité, par exemple, une main de bananes, chaque unité doit comporter au moins une étiquette adhésive du label (voir page précédente). Le design de ces étiquettes adhésives ne doit pas être utilisé pour d'autres usages. Pour les étiquettes avec marque appliquées sur des sachets flow-pack ou sur d'autres formes d'emballage, veuillez consulter la page 40.

Informations obligatoires

- Nom de marque (pas le nom du producteur)
- Élément de séparation graphique, par exemple, une ligne
- Label Fairtrade
- Pays d'origine*
- FLO ID de l'organisation de producteurs*

Recommandé : Nom du produit

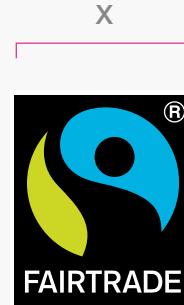
Le label et ses dimensions

Le label doit être reproduit de manière précise et claire en utilisant les bonnes références couleur (voir page 13). Seuls les fichiers du label fournis par Fairtrade doivent être utilisés, sans aucune modification. Le label ne doit pas mesurer moins de 7 mm et plus de 11 mm de large, lorsqu'il est mesuré d'un bord noir à l'autre. Les mots FAIRTRADE et MAX HAVELAAR (si applicable) doivent être lisibles.

Application

Les organisations de producteurs ne peuvent appliquer d'autocollants que pour les ventes Fairtrade et au nom d'un détenteur de licence (veuillez vous référer aux standards Fairtrade).

* La surimpression peut être utilisée, le cas échéant.



Dimensions

En fonction de la taille de l'étiquette adhésive, la largeur doit être comprise entre 7 et 11 mm, lorsqu'elle est mesurée d'un bord noir à l'autre. La largeur est définie comme la dimension X.



Exemples d'autocollants

Exemples d'autocollants avec marque (Fairtrade et Max Havelaar) avec noms des pays sur une ou deux lignes.



La police pour le nom du pays et le FLO ID peut être Arial ou Arial Narrow, en fonction du nom du pays. La taille de la police peut être ajustée pour une adaptation optimale. La couleur de la police doit être noire ou gris foncé.



Exception
Pour les autocollants destinés aux fruits uniquement :
Laissez un espace libre mesurant au moins 12 % de la largeur du label (mesuré d'un bord noir à l'autre) entre le label et le texte.



Autocollants avec marque

Exemples d'autocollants avec marque appliqués sur un fruit.

ALIMENTS ET BOISSES

FRUITS ET LÉGUMES DE PETITE TAILLE ET/OU AYANT UNE SURFACE IRRÉGULIÈRE

Les fruits et les légumes qui sont trop petits ou qui ont une surface trop irrégulière pour être étiquetés individuellement (par exemple, le raisin ou les litchis) doivent être présentés dans une caisse, une barquette ou un sac. Ceux qui ont une surface irrégulière, comme les ananas, doivent être étiquetés avec une étiquette volante ou une collerette. Les règles relatives à l'emballage des produits en vrac s'appliquent (voir pages 32 et 33).

Informations obligatoires

- Nom de la marque (pas du producteur)
- Ligne ou autre divideur
- Label Fairtrade
- Pays d'origine*
- FLO-ID de l'organisation productrice*
- Trader FLO-ID facultatif

Dimensions du label

La largeur du label est mesurée d'un bord noir à l'autre. Veuillez consulter le tableau des dimensions de la page 22. Les mots FAIRTRADE et MAX HAVELAAR (si applicable) doivent être visibles.

Le label

Le label doit être reproduit de manière précise et claire en utilisant les bonnes références couleur (voir page 13). Seuls les fichiers du label fournis par Fairtrade doivent être utilisés, sans aucune modification.

Application

Les organisations de producteurs ne peuvent appliquer ces exemples que pour les ventes Fairtrade et au nom d'un détenteur de licence (veuillez vous référer aux standards Fairtrade).

* La surimpression peut être utilisée, le cas échéant.



Autres informations

Les autres informations telles que les informations sur le produit, les codes-barres, etc., peuvent être ajoutées sur la caisse de présentation dans la mesure où elles sont distinctes et séparées du label.

01 Étiquette volante

Les fruits ou légumes avec une surface irrégulière (ex. : ananas) ont une étiquette volante ou une collerette.



02 Caisse de présentation

Les fruits et les légumes qui sont trop petits ou qui ont une surface trop irrégulière pour être étiquetés individuellement doivent être vendus dans une caisse de présentation, dans une barquette ou dans un sachet. La mention réglementaire Fairtrade et le FLO ID du producteur peuvent figurer sur le même côté que le label ou sur un autre côté.



ALIMENTS ET BOISSES FRUITS ET LÉGUMES EMBALLÉS

Les fruits ou les légumes emballés doivent comporter le label Fairtrade sur le filet, l'emballage, le sachet ou la caisse. Au moins un label doit être appliquée sur ce qui est considéré la partie avant de l'emballage.

Informations obligatoires

- Nom de la marque ou du propriétaire du produit
- Label Fairtrade
- La mention réglementaire Fairtrade (voir page 58)
- Trademark FLO-ID facultatif

Recommandé : Le FLO ID du producteur, le pays d'origine et le nom du produit. Le code de référence d'une organisation Fairtrade peut également être utilisé. Ce code de référence est obligatoire sur certains marchés. Votre organisation Fairtrade vous conseillera à ce sujet.

Le label et ses dimensions

Veuillez consulter la page précédente.

Sachets en plastique transparents

Lorsque vous imprimez directement sur un support transparent, comme un sachet en plastique, les parties blanches du label doivent être imprimées (voir pages 11 et 14).

Exception

Plusieurs labels couleur Fairtrade peuvent être appliqués sur les sachets en plastique. Ils peuvent être imprimés ou collés de manière automatique. Ceci ne remplace pas l'obligation de placer le label Fairtrade sur la partie avant principale. Entre chaque label, laissez un espace libre correspondant à au moins 200 % de la largeur du label.

Application

Les mêmes règles que pour les fruits et légumes précédemment décrits s'appliquent.

* La surimpression peut être utilisée, le cas échéant.



03 Emballage ou caisse
Si un emballage ou une caisse est utilisé, le label doit être placé sur la face avant de l'emballage de vente et il doit être clairement visible par le consommateur.
Voir pages 32 et 33.

Autres informations
Les autres informations comme les informations sur le produit, les codes-barres, etc., peuvent être ajoutées sur la caisse de présentation dans la mesure où elles sont distinctes et séparées du label.



ALIMENTS ET BOISSONS BOISSONS

BOISSONS

Le label Fairtrade doit être imprimé sur tous les types de contenants dans lesquels les boissons sont vendues, par exemple, les bouteilles, les sachets souples, les contenants Tetra Pak, les cartons ou les canettes. Le label doit toujours être placé sur le devant de l'emballage. Veillez à ce qu'il soit éloigné de la marque et des plis, coutures, bords ou fermetures.

Ces règles s'appliquent également à tout autre emballage comme les coffrets cadeaux et les emballages pour les produits en vrac qui apparaîtront dans les magasins de détail.

Les étiquettes comportant le label doivent être appliquées à la machine (et non manuellement) sur les bouteilles ou les packs.

Informations obligatoires

- Face avant de l'emballage : label Fairtrade, marque, nom/description du produit
- Face arrière de l'emballage : Mention réglementaire Fairtrade, code de référence de l'organisation Fairtrade (sur certains marchés)

Informations optionnelles

Numéro FLO ID du producteur



Bords cousus, scellés ou coupés

Sur les sachets souples, les boîtes ou les contenants Tetra Pak, le label doit être placé sur le devant et ne doit pas se trouver sur des plis, des coutures, des bords ou des fermetures scellées.



Bouteilles et objets cylindriques

Sur les bouteilles, le label doit être bien visible lorsqu'elles sont vues de face. Le label peut être imprimé sur l'étiquette adhésive principale. Voir également la page 29.



Faces avant multiples

Sur les paquets et les boîtes qui ont plusieurs faces, le label doit apparaître sur toute face de l'emballage pouvant être considérée comme le devant de l'emballage.

ALIMENTS ET BOISSONS

BOISSONS

BOISSONS

Le label Fairtrade peut être appliqué sur plusieurs faces de l'emballage mais il doit impérativement figurer sur toute face considérée comme le devant, en fonction des possibilités de présentation et du design de l'emballage.

Lorsque l'emballage empêche de voir le label Fairtrade apposé sur les bouteilles elles-mêmes, au moins un label doit être imprimé sur la face avant.

En cas d'utilisation de supports recyclés dans une couleur claire ou neutre et lorsque des restrictions de couleur s'appliquent, le label blanc ou le label noir peut exceptionnellement être utilisé. Les restrictions de couleur doivent être présentées à l'organisation Fairtrade sur demande.

Le label peut être imprimé directement sur une bouteille en verre ou en plastique, dans sa version couleur, en Noir & Blanc ou dans sa version monochrome noire ou blanche. Aucune autre couleur ne peut être utilisée.

D'autres couleurs peuvent être employées si l'organisation Fairtrade autorise cette utilisation exceptionnelle du label Fairtrade en raison de restrictions d'impression ou d'application.

La mention réglementaire de Fairtrade est obligatoire sur l'emballage extérieur ou sur la bouteille; elle peut être placée sur le devant, le côté ou le dos. Il est également possible d'utiliser des étiquettes adhésives.



Emballage extérieur pour boissons

Le label peut être imprimé sur le devant ou sur plusieurs côtés. Il doit être imprimé lorsque le label n'est pas visible sur les boissons elles-mêmes. Le label noir peut être utilisé sur des supports clairs ou neutres, ou recyclés.



Bouteilles en verre et en plastique

Le label peut être imprimé directement sur du verre ou du plastique.

ALIMENTS ET BOISSES BOISSES ALCOOLISEES

ETIQUETTES DE BOUTEILLE

Sur les bouteilles de vin par exemple, le label Fairtrade peut être imprimé directement sur les étiquettes avant et arrière. Il peut également être placé sur une étiquette séparée comme illustré à la page suivante.

Étiquette avant

Sur le devant de la bouteille, le label doit être positionné sur l'étiquette principale du produit, à l'écart de la marque. Le label doit être bien visible lorsque la bouteille est vue de face. Le label peut être placé sur une bande séparée située directement sous l'étiquette principale.

Étiquette arrière

La mention réglementaire Fairtrade et l'adresse du site internet doivent être imprimées sur l'étiquette arrière ; elles doivent être clairement séparées de la description du produit. Le label peut être répété sur l'étiquette arrière. Cependant, ce n'est pas obligatoire.

Informations obligatoires

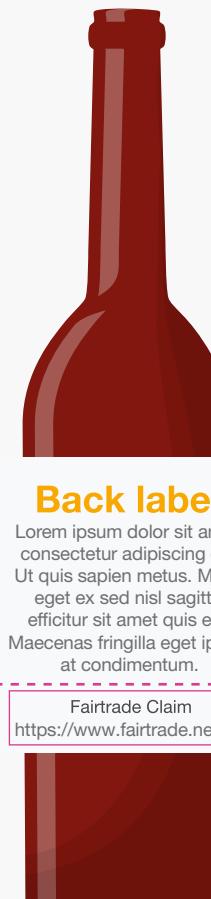
- Face avant de l'emballage : label Fairtrade, marque, nom/description du produit
- Face arrière de l'emballage : Mention réglementaire Fairtrade

Dimensions

Le label doit mesurer entre 11 et 13 mm de largeur sur les étiquettes de bouteille de 750 ml. Pour des dimensions inférieures, veuillez consulter le guide des dimensions à la page 21.



01



02



03

01 Devant de la bouteille

Le label doit être bien visible lorsque la bouteille est vue de face.

02 Mention réglementaire Fairtrade

La mention réglementaire Fairtrade doit toujours apparaître, que ce soit sur l'étiquette arrière, avant ou sur la bande.

03 Collerette

Le label ne peut être utilisé sur une collerette que lorsque le nom de la marque et le label sont aussi imprimés sur l'étiquette de la bouteille. Le numéro FLO ID du producteur ou le code de référence de l'organisation Fairtrade (si applicable) doit également figurer sur la collerette.

ALIMENTS ET BOISSES BOISSES ALCOOLISEES

ETIQUETTES BANDEAU

Lorsque le label Fairtrade ne peut pas être imprimé directement sur l'étiquette du produit, par exemple, pour des bouteilles de vin, il peut être placé sur un bandeau séparé sous l'étiquette du produit.

La hauteur du bandeau dépend de la zone d'exclusion du label, et la largeur du bandeau devra être la même que celle de l'étiquette du produit.

Le label ne doit pas être placé sur un bandeau autour du goulot de la bouteille car cet emplacement altère la hiérarchie des marques.

Un autocollant rectangulaire ou carré comportant uniquement le label n'est pas autorisé.

Dimensions

Lorsque le label est placé sur le bandeau pour une bouteille de 750 ml, la largeur du label ne pas dépasser 13 mm.

Informations obligatoires

- Étiquette avant : label Fairtrade, marque, nom/description du produit
- Étiquette arrière : La mention réglementaire Fairtrade doit figurer sur l'étiquette arrière, qui peut être un bandeau séparé.

Optionnel

Le label Fairtrade sur l'étiquette arrière.

Pose des étiquettes

Les bandeaux avant et arrière doivent être appliqués automatiquement et non manuellement.



**BRAND
PRODUCT TITLE**



01



Back label

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut quis sapien metus. Morbi eget ex sed nisl sagittis efficitur sit amet quis est. Maecenas fringilla eget ipsum at condimentum.



Fairtrade Claim
<https://www.fairtrade.net/ch>

02



**BRAND
PRODUCT TITLE**



03

01 Étiquette avant

Lors de l'impression du label sur un bandeau séparé, celui-ci doit être placé sous l'étiquette principale.

02 Étiquette arrière

La mention réglementaire Fairtrade peut figurer sur un bandeau au dos de la bouteille.

03 Positionnement du label

Le label ne doit pas être placé autour du goulot de la bouteille.
Un autocollant rectangulaire ou carré comportant seulement le label n'est pas autorisé.

ALIMENTS ET BOISSONS BOISSONS ALCOOLISÉES

BOISSONS ALCOOLISÉES COMPOSÉES DE PLUSIEURS INGRÉDIENTS

Les boissons alcoolisées composées de plusieurs ingrédients Fairtrade doivent comporter le label Fairtrade avec la flèche, ainsi que la mention réglementaire correspondante, en fonction du type de traçabilité des ingrédients. Voir page 57.

Ces boissons peuvent être des produits composés tels que les bières aromatisées, les cidres, les sangrias aromatisées, les cocktails « prêt-à-boire » en bouteille, les boissons gazeuses et sodas alcoolisés, etc.

Si la boisson alcoolisée contient un seul ingrédient Fairtrade, veuillez contacter votre organisation Fairtrade au sujet du modèle « Fairtrade Sourced Ingredient » (voir page 9).

Lorsque les couleurs du packaging sont très vives, l'utilisation du label noir ou blanc sur les étiquettes de bouteille n'est pas autorisée. Voir page 15.



Boisson alcoolisée
composée de plusieurs
ingrédients avec label couleur



Boisson alcoolisée
composée de plusieurs
ingrédients avec le label en
Noir & Blanc



Le dos doit comporter
la mention réglementaire
Fairtrade (étiquette ou
impression)

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

FLEURS

FLEURS À L'UNITÉ

Les fleurs et tous autres végétaux, comme les feuillages, présentés et vendus à l'unité en tant que produits certifiés Fairtrade, doivent avoir une étiquette adhésive sur la tige, portant le label Fairtrade. Ceci s'applique aux tiges seules vendues à l'unité ou en bouquet.

Le numéro FLO ID du producteur est obligatoire, sur cette étiquette et, sur certains marchés, le code de référence d'une organisation Fairtrade est également obligatoire. La présence du pays d'origine, d'une marque ou d'un nom/d'une description de produit est recommandée.

Mention réglementaire Fairtrade

Lorsqu'il y a de l'espace libre, la mention réglementaire Fairtrade pour les fleurs doit être placée sur l'étiquette individuelle (page 50). Sur les petites étiquettes, il n'est pas obligatoire de placer la mention réglementaire Fairtrade en raison de l'espace limité.

Informations obligatoires

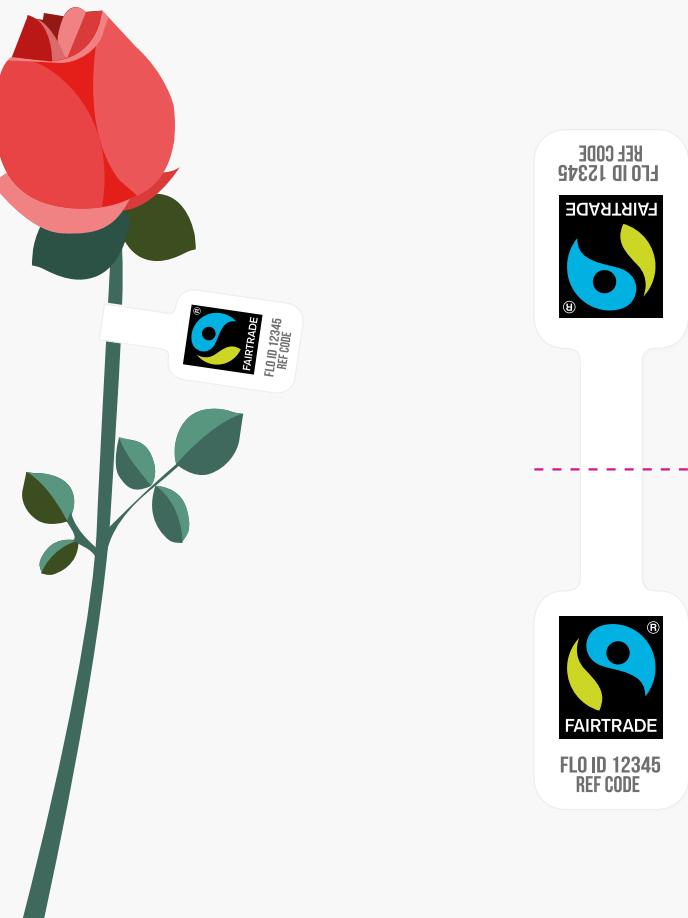
Sur l'étiquette individuelle : Le numéro FLO ID du producteur ou le code de référence de l'organisation Fairtrade (sur certains marchés).

Informations optionnelles

Mention réglementaire Fairtrade ou uniquement l'URL de Fairtrade.

Pose de l'étiquette

Les organisations de producteurs ne peuvent appliquer ces exemples que pour les ventes Fairtrade et au nom d'un détenteur de licence (veuillez vous référer aux standards Fairtrade).



Étiquette adhésive

L'étiquette adhésive doit comporter le numéro FLO ID. Le code de référence de l'organisation Fairtrade peut également être inclus (il est obligatoire sur certains marchés).

Il doit être appliqué par le détenteur de licence ou par l'organisation de producteurs au nom du détenteur de licence.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES MENTIONS RÉGLEMENTAIRES POUR FLEURS PRÉEMBALLÉES

FLEURS ET FEUILLAGES (TIGES)

Toutes les fleurs et tous les feuillages certifiés Fairtrade préemballés, à l'unité ou en bouquet, présentés et vendus comme des produits Fairtrade doivent comporter le label Fairtrade sur l'emballage du produit.

Les informations obligatoires peuvent être imprimées sur les emballages enveloppants ou sur une étiquette adhésive collée sur l'emballage, ou les deux.

Le label, la mention réglementaire Fairtrade (y compris l'URL de Fairtrade) doivent être ensemble.

Bouquets

Ce sont des bouquets préemballés provenant de producteurs Fairtrade via une chaîne d'approvisionnement Fairtrade. Le label ne doit pas être utilisé sur des bouquets qui sont recomposés pour inclure des fleurs ou des feuillages non certifiés, par exemple, chez un commerçant ou un fleuriste. Ces fleurs ne peuvent pas être référencées comme des produits Fairtrade.

Informations obligatoires

Sur l'emballage : Label Fairtrade, marque, nom/ description du produit, numéro FLO ID du producteur et code de référence de l'organisation Fairtrade (si applicable) et mention réglementaire Fairtrade :

Toutes les fleurs de ce bouquet sont cultivées par des producteurs certifiés et commercialisé selon les standards du label Fairtrade Max Havelaar.
www.fairtrade.net/ch

Informations optionnelles

Propriétaire du produit (ex. : détenteur de licence)

Mentions réglementaires Fairtrade optionnelles

Les mentions réglementaires optionnelles indiquées à la page 58 peuvent également être utilisées.

01



**BRAND
PRODUCT TITLE**

FLO ID 12345



Toutes les fleurs de ce bouquet sont cultivées par des producteurs certifiés et commercialisées selon les standards du label Fairtrade Max Havelaar.
www.fairtrade.net/ch

02

01 Placement du label

Pour garantir la visibilité du label lorsque les fleurs sont présentées dans un seau, il doit être placé sur le tiers supérieur de l'emballage.

02 Étiquette adhésive

Toutes les informations obligatoires doivent être imprimées sur l'emballage enveloppant ou sur une étiquette adhésive collée sur l'emballage.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES MENTIONS RÉGLEMENTAIRES POUR FLEURS PRÉEMBALLÉES

FLEURS CERTIFIÉES VENDUES AVEC FEUILLAGE NON CERTIFIÉ

Lorsque toutes les fleurs préemballées sont certifiées Fairtrade mais que le feuillage ne l'est pas, les bouquets doivent comporter le label Fairtrade. Cependant, un avertissement indiquant clairement que seules les fleurs sont certifiées Fairtrade est obligatoire.

Fleurs non certifiées

Si toutes les fleurs du bouquet ne sont pas certifiées, le label ne doit pas figurer sur l'emballage

Bouquets composés dans les marchés de destination

Les bouquets contenant une ou deux variétés de fleurs certifiées Fairtrade, tandis que les autres ne le sont pas, sont couverts par le modèle Fairtrade Sourced Ingredient (FSI).

Veuillez vous référer aux directives d'utilisation du label FSI.

Informations obligatoires

- Sur l'emballage : Le label Fairtrade, la marque, le nom/la description du produit, le numéro FLO ID du producteur et le code de référence de l'organisation Fairtrade, si applicable.
- Pour la mention réglementaire Fairtrade destinée aux fleurs, voir page 50.

Avertissement

« Feuillage issu d'exploitations non Fairtrade » à placer sous le nom/la description du produit.

Mentions réglementaires Fairtrade optionnelles

Les mentions réglementaires optionnelles indiquées à la page 58 peuvent également être utilisées.



01

BRAND PRODUCT TITLE

Feuillage issu d'exploitations conventionnelles

FLO ID 12345



Toutes les fleurs de ce bouquet sont cultivées par des producteurs certifiés et commercialisées selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar.
www.fairtrade.net/ch

02

01 Placement du label

Pour garantir la visibilité du label lorsque les fleurs sont présentées dans un seau, il doit être placé sur le tiers supérieur de l'emballage.

02 Avertissement

Si les fleurs sont certifiées mais pas le feuillage, un avertissement doit être ajouté.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES MENTIONS RÉGLEMENTAIRES POUR FLEURS PRÉEMBALLÉES

MENTIONS RÉGLEMENTAIRES FAIRTRADE ASSOCIÉES AU LABEL

La mention réglementaire Fairtrade pour les fleurs doit refléter la composition du bouquet et indiquer clairement les éléments certifiés :

01 – Composition 100 % Fairtrade (voir p. 47)

Toutes les tiges de ce bouquet sont certifiées, commercialisées, contrôlées selon les exigences Fairtrade et proviennent de producteur·rice·s Fairtrade. Visitez www.fairtrade.net/ch

02 – Bouquets préemballés avec feuillage non certifié

Mention obligatoire sous la dénomination du produit : Feuillage provenant de fermes conventionnelles Toutes les tiges de ce bouquet sont certifiées, commercialisées, contrôlées selon les exigences Fairtrade et proviennent de producteur·rice·s Fairtrade. Visitez www.fairtrade.net/ch

Claims Fairtrade volontaires

D'autres claims (voir à partir de la page 56) peuvent être utilisés en complément.

Bouquets mixtes, assemblés sur le marché cible

Les bouquets composés d'une ou de plusieurs variétés de fleurs Fairtrade (mais pas entièrement) sont régis par les Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) Guidelines.



Mentions réglementaires Fairtrade optionnelles

Les mentions réglementaires indiquées à la page 57 peuvent aussi être employées.

BRAND PRODUCT TITLE

Toutes les fleurs qui composent ce bouquet sont cultivées par des producteurs certifiés et commercialisées selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. info.fairtrade.net/fr - FLO ID 12345



01

BRAND PRODUCT TITLE

Fleurs et feuillage issus de [marché de destination]. Total 25 %.



02

75 % des fleurs de ce bouquet sont issues du commerce équitable : cultivées par des producteurs certifiés et commercialisées selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. www.fairtrade.net/ch - FLO ID 12345

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

PLANTES ET ARBRES

PLANTES ET ARBRES

Les plantes et les arbres certifiés Fairtrade, en pot ou non, doivent porter le label Fairtrade sur le contenant, l'emballage ou l'étiquette de la plante.

Informations obligatoires

Sur l'emballage ou l'étiquette de la plante :

- Le label Fairtrade, la marque, le nom/la description du produit, le numéro FLO ID du producteur et le code de référence de l'organisation Fairtrade, si applicable.
- Mention réglementaire Fairtrade pour les plantes.

Informations optionnelles

Pays d'origine.

Mention réglementaire Fairtrade pour les plantes

[Nom de la plante] issu(e) du commerce équitable : cultivé(e) par des producteurs certifiés et commercialisé(e) selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar.

info.fairtrade.net/fr

FLO ID 12345

La mention réglementaire Fairtrade pour les plantes peut être imprimée du même côté que le label Fairtrade ou de l'autre côté de l'étiquette.

Le numéro FLO ID peut être placé à côté de la mention réglementaire ou ailleurs sur l'étiquette, notamment au dos.



01 Étiquettes de pot

Si l'espace est limité, la mention réglementaire Fairtrade pour les plantes peut être imprimée au dos de l'étiquette de la plante.

BRAND PRODUCT TITLE

[Nom de la plante] issu(e) du commerce équitable : cultivé(e) par des producteurs certifiés et commercialisé(e) selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar.
info.fairtrade.net/fr -FLO ID 12345

02 Étiquettes adhésives

Le label Fairtrade et la mention réglementaire Fairtrade pour les plantes peuvent être placés sur une étiquette.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES BULBES

BULBES DE FLEURS

Pour les bulbes certifiés Fairtrade, vendus en vrac ou préemballés, le label Fairtrade et la mention réglementaire Fairtrade doivent figurer sur la caisse. Les bulbes ne sont pas étiquetés individuellement.

Bulbes emballés

Les bulbes de fleurs vendus dans un filet ou un sachet doivent porter une étiquette adhésive ou une bande imprimée sur laquelle figurent les informations obligatoires et facultatives.

Informations obligatoires

- Sur la caisse ou l'étiquette : Le label Fairtrade, la marque, le nom/la description du produit, le numéro FLO ID du producteur et le code de référence de l'organisation Fairtrade, si applicable.
- Mention réglementaire Fairtrade ci-dessous.

Informations optionnelles

Pays d'origine.

La mention réglementaire Fairtrade pour les bulbes

[Nom du bulbe] issu(e) du commerce équitable : cultivé(e) par des producteurs certifiés et commercialisé(e) selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar.
info.fairtrade.net/fr
FLO ID 12345

La mention réglementaire Fairtrade pour les bulbes peut être imprimée du même côté que le label Fairtrade ou sur un autre côté de la caisse.

Le numéro FLO ID peut être placé à côté de la mention réglementaire ou ailleurs sur la caisse avec d'autres informations de traçabilité.



01 Bulbes en vrac

Les bulbes vendus en vrac doivent se trouver dans une caisse de présentation. Les bulbes ne sont pas étiquetés individuellement.

02 Bulbes emballés

Les bulbes de fleurs vendus en sachet ou en filet doivent porter une étiquette ou une bande imprimée sur laquelle figurent le label Fairtrade et la mention réglementaire Fairtrade pour les bulbes.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

PLANTS

PLANTES FINIES DANS LES PAYS CONSUMATEURS

La certification des jeunes plants offre aux producteurs l'opportunité de vendre davantage de leurs produits aux conditions Fairtrade. Les jeunes plants sont produits par des organisations de producteurs Fairtrade. Ils atteignent ensuite leur taille définitive dans le pays d'importation ou de consommation auprès d'entreprises certifiées par Fairtrade pour cette activité. Ils sont ensuite vendus aux consommateurs en tant que plantes adultes.

Les jeunes plants Fairtrade incluent :

- les jeunes plants ;
- les boutures (avec ou sans racine) ;
- les tiges.

Ceci signifie que seuls les jeunes plants sont certifiés Fairtrade ; c'est pourquoi une mention réglementaire Fairtrade différente a été créée. Le label Fairtrade ainsi que cette mention obligatoire doivent être utilisés sur les emballages et supports de communication.

Éléments obligatoires

- Le label Fairtrade, la marque ou le nom du propriétaire du produit, le numéro FLO ID du producteur et le code de référence de l'organisation Fairtrade (si applicable).
- Mention réglementaire Fairtrade pour les jeunes plants.

Mention réglementaire Fairtrade pour les jeunes plants.

[Jeune plant/bouture/tige. En option : nom de la plante] cultivé(e) par des producteurs Fairtrade situés dans des pays en voie de développement (ou région ou pays) et [en option : nom de la plante adulte] ayant terminé son développement en [pays/UE]. Visitez le site www.fairtrade.net/ch

Remarque : Les parties optionnelles de la mention obligatoire marquées entre crochets peuvent être utilisées pour préciser le nom du jeune plant, de la plante adulte ainsi que le pays d'origine et de destination.



BRAND PRODUCT TITLE



FLO ID 12345

Fairtrade Claim for young plant materials

01 Étiquettes de pot

Exemple de label Fairtrade à l'avant et mention obligatoire au dos d'une étiquette à planter. Le label et la mention réglementaire peuvent être placés du même côté.

BRAND PRODUCT TITLE



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

02 Étiquettes adhésives

Le label Fairtrade et la mention réglementaire Fairtrade pour les jeunes plants peuvent être placés sur une étiquette.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

BALLES DE SPORT

BALLES DE SPORT

Les balles de sport cousues ou assemblées selon les standards Fairtrade doivent porter une marque ou un nom de club, le label Fairtrade, une mention explicative et le code de référence de l'organisation Fairtrade (si applicable) imprimés directement sur les faces de la balle. Le label doit être visible quel que soit l'angle de vue et ne doit pas être imprimé plus de trois fois sur la balle.

Informations obligatoires

Une marque ou un nom de club doit obligatoirement figurer sur la surface de la balle et doit être plus visible que le label.

Le label doit être accompagné d'une mention qui précise le type de balle de sport :

(Type de ballon) (assemblé/cousu) selon les standards Fairtrade, par exemple, « Ballon de football assemblé selon les standards Fairtrade ».

Informations optionnelles

La mention réglementaire Fairtrade pour les balles de sport est optionnelle.

Le numéro FLO ID du producteur et/ou le code de référence de l'organisation Fairtrade peuvent être placés sous la mention explicative pour balle de sport. L'un ou l'autre, ou les deux, peuvent être obligatoires sur certains marchés.

Mention réglementaire Fairtrade pour balles de sport

La certification Fairtrade permet d'améliorer les conditions de vie et de travail des travailleurs qui assemblent cette balle de sport. www.fairtrade.net/ch



01



02

01 Mention réglementaire Fairtrade pour balles de sport

La mention explicative doit être imprimée directement sous chaque label.

02 Code de référence

Le numéro FLO ID ou le code de référence de l'organisation Fairtrade peut être imprimé sur la balle de sport. Il peut apparaître sous la mention explicative ou sur une face séparée.

Un numéro FLO ID et/ou le code de référence de l'organisation Fairtrade peuvent être obligatoires sur certains marchés.

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

BALLES DE SPORT

BALLES DE SPORT EMBALLÉES

Les balles de sport emballées qui sont certifiées Fairtrade doivent comporter une marque ou le nom de club, le label, la mention réglementaire Fairtrade pour les balles de sport et/ou une référence au site internet de Fairtrade sur l'emballage extérieur (boîte, filet, plastique, etc.). Le numéro FLO ID ou le code de référence de l'organisation Fairtrade peut aussi être placé sur l'emballage, en option.

Si le nom de la marque et le label Fairtrade imprimés sur la balle de sport sont clairement visibles, il n'est pas nécessaire de les répéter sur l'emballage extérieur.

Informations obligatoires

Marque ou nom de club, label Fairtrade, mention réglementaire Fairtrade pour les balles de sport.

Mention réglementaire Fairtrade pour balles de sport

La certification Fairtrade permet d'améliorer les conditions de vie et de travail des travailleurs qui assemblent cette balle de sport. info.fairtrade.net/fr

Informations optionnelles

Le numéro FLO ID du producteur et/ou le code de référence de l'organisation Fairtrade peuvent être placés sous la mention explicative pour balle de sport. L'un ou l'autre, ou les deux, peuvent être obligatoires sur certains marchés.



01 Emballage extérieur

Si le nom de la marque et le label Fairtrade imprimés sur la balle de sport sont clairement visibles, il n'est pas nécessaire de les répéter sur l'emballage extérieur, mais ils peuvent être utilisés.

02 Emballage extérieur

Lorsque le nom de la marque est clairement visible mais que le label ne l'est pas, le label peut être imprimé sur l'emballage extérieur avec la mention réglementaire pour les balles de sport. Si le nom de la marque n'est pas visible non plus, il doit être imprimé sur l'emballage.

02

DEUXIÈME PARTIE

2.3 LA MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE

LA MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE EST UN COURT TEXTE QUI EXPLIQUE LA SIGNIFICATION DU LABEL FAIRTRADE AUX CONSOMMATEURS. LA MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE ET L'URL SONT OBLIGATOIRES SUR TOUS LES EMBALLAGES.

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE PRÉSENTATION

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE - PRÉSENTATION

Mention réglementaire Fairtrade

Pour l'emballage des ingrédients traçables physiquement ou soumis au bilan de masse dans les produits composés ou mono-ingrédient.

En raison des réglementations de l'Union Européenne, les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade doivent être identifiés dans une liste distincte de la liste des ingrédients du produit. Les éléments d'identification textuels ou graphiques (par exemple, avec une police en gras ou des symboles) ne doivent pas être utilisés dans la liste des ingrédients du produit afin de pouvoir différencier les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade.

Comme stipulé au point 2.2.3 des Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux, les ingrédients Fairtrade qui composent un produit alimentaire composé doivent être identifiés sur l'emballage sous forme de pourcentages, sauf si cela est en contradiction avec la loi nationale. Il peut être exigé que les ingrédients Fairtrade qui bénéficient d'une exception (section 2.2.4) soient identifiés de manière distincte sur l'emballage.

Il est recommandé que les informations concernant les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients dans un produit soient fournies sur une page web du détenteur de licence et/ou de la marque. Le contenu de cette page doit être validé par l'Organisation Nationale Fairtrade concernée.

Les mentions réglementaires Fairtrade ci-après concernent les produits dont les ingrédients présentent une traçabilité physique et ceux soumis au bilan de masse (mass balance). La mention réglementaire doit figurer dans au moins une langue.

Remarque : il est de la responsabilité du détenteur de licence de s'assurer que l'emballage des produits est conforme aux lois en vigueur en matière d'étiquetage dans la juridiction de la/des zone(s) où le produit est vendu.

Informations obligatoires

La mention réglementaire Fairtrade requise pour préciser les ingrédients certifiés Fairtrade ainsi que le site internet Fairtrade sont obligatoires sur l'emballage. Il est obligatoire d'imprimer la mention réglementaire Fairtrade dans au moins une langue, de préférence le français, ainsi que le site internet de Fairtrade www.fairtrade.net/ch sur l'emballage. La première phrase est obligatoire (version courte). La seconde est optionnelle (version privilégiée).

Site internet de Fairtrade

Le site internet de Fairtrade fait partie de la mention réglementaire Fairtrade ; il permet aux consommateurs d'en savoir plus sur Fairtrade. Pour les ventes internationales, le site internet international, www.info.fairtrade.net, doit être utilisé.

Lorsqu'un produit est vendu exclusivement dans un pays où une Organisation Nationale Fairtrade (ONF) ou une Organisation de Marketing Fairtrade (OMF) est présente, l'utilisation du site internet national est autorisée.

Type de traçabilité

Il existe deux mentions réglementaires basées sur les deux types de chaînes de traçabilité : la traçabilité physique et le bilan de masse ; deux versions sont disponibles pour chaque mention, en fonction de l'espace disponible. La formulation de chaque mention est conforme aux obligations de l'Union Européenne en matière de transparence sur les emballages.

Informations optionnelles

Le label Fairtrade peut être utilisé au dos de l'emballage s'il y a suffisamment d'espace mais ce n'est pas obligatoire.

Traductions de la mention réglementaire Fairtrade

Les traductions de la mention réglementaire Fairtrade relative à la traçabilité physique ou au bilan de masse sont contenues dans un document séparé de ce guide. Voir les pages suivantes pour les versions françaises.

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE TRAÇABILITÉ PHYSIQUE

TRAÇABILITÉ PHYSIQUE

S'applique aux :

Produit composé ou mono-ingrédient.

En raison des réglementations de l'Union Européenne, les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade doivent être identifiés dans une liste distincte de la liste des ingrédients du produit sur l'emballage.

Les éléments d'identification textuels ou graphiques (par exemple, avec une police en gras ou des symboles) ne doivent pas être utilisés dans la liste des ingrédients du produit afin de pouvoir différencier les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade.

Comme stipulé au point 2.2 des Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux, les ingrédients Fairtrade qui composent un produit alimentaire composé doivent être identifiés sur l'emballage sous forme de pourcentages, sauf si cela est en contradiction avec la loi nationale.

Il peut être exigé que les ingrédients Fairtrade qui bénéficient d'une exception (section 2.2.4) soient identifiés de manière distincte sur l'emballage.

Il est recommandé que les informations concernant les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients dans un produit soient fournies sur une page web du détenteur de licence et/ou de la marque. Le contenu de cette page doit être validé par l'Organisation Nationale Fairtrade concernée.

Remarque : il est de la responsabilité du détenteur de licence de s'assurer que l'emballage des produits est conforme aux lois en vigueur en matière d'étiquetage dans la juridiction de la/des zone(s) où le produit est vendu.

* Le texte entre { } est optionnel.

* Le texte entre [] doit être remplacé par le nom ou les informations.

* Le texte entre parenthèses () est obligatoire, par ex. (bilan de masse).

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE

1. Version courte - Lorsque l'espace est limité

[Ingrédient(s) Fairtrade] issu(s) du commerce équitable : cultivé(s) par des producteurs certifiés et commercialisé(s) selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. xx % du poids total. www.fairtrade.net/ch

Exemple :

Noix de cajou, raisin, amande issus du commerce équitable : cultivés par des producteurs certifiés et commercialisés selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. 65 % du poids total. www.fairtrade.net/ch

2. Version privilégiée

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar permet aux producteurs de bénéficier de conditions commerciales plus justes, d'améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté tout en préservant l'environnement.

Le(s) [Ingrédient(s) Fairtrade] de ce produit est/sont issu(s) du commerce équitable, cultivé(s) et commercialisé(s) selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. xxx % du poids total. En savoir plus : info.fairtrade.net/fr

Exemple :

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar permet aux producteurs de bénéficier de conditions commerciales plus justes, d'améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté tout en préservant l'environnement. Le café de ce produit est issu du commerce équitable, cultivé et commercialisé selon les standards du label Fairtrade/Max Havelaar. 100 % du poids total. En savoir plus : www.fairtrade.net/ch

Un texte rédigé par le détenteur de licence et validé par l'organisation Fairtrade peut être inclus pour indiquer l'origine des ingrédients.

3. Mentions optionnelles

Une phrase supplémentaire peut être ajoutée à la mention réglementaire Fairtrade, s'il y a suffisamment d'espace. Cette mention vient renforcer la garantie pour l'acheteur d'appuyer la démarche des producteurs.

Exemples :

Achat

A. Choisir le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar,c'est permettre aux producteurs de bénéficier d'une meilleure rémunération et de conditions de travail décentes tout en préservant l'environnement.

B. En choisissant les produits issus du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, vous permettez aux producteurs de [Ingrédient(s) Fairtrade] de bénéficier d'une meilleure rémunération, d'améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté tout en préservant l'environnement.

Soutien à la communauté

Grâce au commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, les producteurs reçoivent une prime de développement pour investir dans des projets collectifs économiques, sociaux et environnementaux.

Durabilité

A. Le cahier des charges du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar vise à améliorer les conditions sociales sur le long terme tout en préservant l'environnement.

B. En vendant plus de [Ingrédient(s) Fairtrade] issu(s) du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, les producteurs bénéficient d'une meilleure rémunération, d'améliorations de leurs conditions de vie et s'engagent dans la protection de l'environnement.

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE

BILAN DE MASSE

BILAN DE MASSE

S'applique aux :

1. Produits composés (ex. : tablettes de chocolat) ou mono-ingrédient (ex. : thé, jus de fruits).

2. Produits composés avec un mélange d'ingrédients traçables et non traçables.

Lorsqu'il est employé pour un ingrédient, le terme « certifié » sous-entend qu'il y a une traçabilité physique. Par conséquent, il ne doit pas être utilisé dans le cas du bilan de masse.

Les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade doivent être identifiés dans une liste distincte de la liste des ingrédients du produit.

Les éléments d'identification textuels ou graphiques (par exemple, avec une police en gras ou des symboles) ne doivent pas être utilisés dans la liste des ingrédients du produit afin de pouvoir différencier les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients Fairtrade.

Comme stipulé au point 2.2.3 des Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux, les ingrédients Fairtrade qui composent un produit alimentaire composé doivent être identifiés sur l'emballage sous forme de pourcentages, sauf si cela est en contradiction avec la loi nationale. Il peut être exigé que les ingrédients Fairtrade qui bénéficient d'une exception (section 2.2.4) soient identifiés de manière distincte sur l'emballage.

Les ingrédients Fairtrade identifiés dans la mention réglementaire relative au bilan de masse sont les ingrédients qui ont été achetés aux conditions Fairtrade. La mention réglementaire ou l'emballage ne doivent pas sous-entendre qu'un ingrédient approvisionné selon le principe du bilan de masse est physiquement traçable dans le produit.

Il est recommandé que les informations concernant les ingrédients Fairtrade et/ou les pourcentages d'ingrédients dans un produit soient fournies sur une page web du détenteur de licence et/ou de la marque. Le contenu de cette page doit être validé par l'Organisation Nationale Fairtrade concernée.

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE

1. Version courte - Lorsque l'espace est limité

Le(s) [Ingrédient(s) Fairtrade] issu(s) du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar peut/peuvent être mélangé(s) pour des raisons techniques avec du/des [Ingrédient(s) Fairtrade] non certifié(s), mais le volume total est garanti aux producteurs aux conditions Fairtrade/Max Havelaar (bilan de masse). xxx % du poids total. www.fairtrade.net/ch

Exemple :

Le cacao issu du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar peut être mélangé pour des raisons techniques avec du cacao non certifié, mais le volume total est garanti aux producteurs aux conditions Fairtrade/Max Havelaar (bilan de masse). 57 % du poids total.
Info.fairtrade.net/fr

2. Version privilégiée

Le(s) [Ingrédient(s) Fairtrade] de ce produit est/sont cultivé(s) et commercialisé(s) selon les standards du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar permettant aux producteurs de bénéficier de conditions commerciales plus justes, d'améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté tout en préservant l'environnement. Le(s) [Ingrédient(s) Fairtrade] de ce produit peut/peuvent être mélangé(s) pour des raisons techniques de production avec du/des [Ingrédient(s) Fairtrade] non certifié(s) mais le volume total de [Ingrédient(s) Fairtrade] est garanti aux producteurs aux conditions Fairtrade/Max Havelaar (bilan de masse).
xxx % du poids total.

En savoir plus : www.fairtrade.net/ch

Exemple :

Le cacao et le sucre de ce produit sont cultivés et commercialisés selon les standards du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar permettant aux producteurs de bénéficier de conditions commerciales plus justes, d'améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté tout en préservant l'environnement. Le cacao et le sucre de ce produit peuvent être mélangés pour des raisons techniques de production avec du cacao et du sucre non certifiés mais le volume total de cacao et de sucre est garanti aux producteurs aux conditions Fairtrade/Max Havelaar (bilan de masse). 68 % du poids total.

En savoir plus : www.fairtrade.net/ch

3. Version très courte (lorsque l'espace sur l'emballage est limité, par exemple, quand plusieurs langues doivent figurer sur l'emballage)

[Ingrédient(s) Fairtrade] : le bilan de masse est utilisé pour correspondre au volume acheté aux conditions Fairtrade/Max Havelaar. xxx% du poids total. info.fairtrade.net/fr. Cacao, sucre : le bilan de masse est utilisé pour correspondre au volume acheté aux conditions Fairtrade/Max Havelaar. 85 % du poids total. www.fairtrade.net/ch

Déclaration de traçabilité physique pour un ou plusieurs ingrédients

Dans le cas où le détenteur de licence est en mesure de prouver la traçabilité d'un ou plusieurs ingrédients contenu(s) dans le produit, un texte complémentaire visant à indiquer la ou les origines des ingrédients peut être ajouté à la mention réglementaire, sous réserve qu'il soit validé par l'organisation Fairtrade.

Déclarations optionnelles

Veuillez consulter la page précédente.

* Le texte entre {} est optionnel.

* Le texte entre [] doit être remplacé par le nom ou les informations.

* Le texte entre parenthèses () est obligatoire, par ex. (bilan de masse).

MENTION RÉGLEMENTAIRE FAIRTRADE TRAÇABILITÉ MIXTE

INGRÉDIENTS PHYSIQUEMENT TRAÇABLES ET SOUMIS AU BILAN DE MASSE

Veuillez tenir compte des points suivants :

- Le détenteur de licence et/ou le propriétaire de la marque commerciale (si différent) sont responsables de toute communication faite sur l'emballage concernant les apports du commerce équitable pour des organisations de producteurs spécifiques.
- Des informations complémentaires sur ces communications doivent être disponibles sur le site internet du détenteur de licence ou sur un site d'hébergement de la marque commerciale.
- L'URL du site internet doit figurer sur l'emballage.
- Aucune communication sur l'emballage ne peut être faite sans informations complémentaires sur un site internet.
- Le contenu de cette page doit être validé par l'Organisation Nationale Fairtrade concernée. Pour nous contacter, utilisez les coordonnées en dernière page.

Communiquer, sur l'emballage, les avantages dont bénéficient les producteurs dans un pays spécifique est autorisé dans la mesure où il n'est fait aucune référence à l'ingrédient.

Par exemple, il est possible d'inscrire :

(Uniquement si cela est prouvé)

Les producteurs Fairtrade du Ghana ont employé leur Prime Fairtrade pour construire une école.

PRODUITS CONTENANT PLUS DE 50 % DE LIQUIDE

Pour les produits qui contiennent plus de 50 % d'eau ou de produit laitier ajouté(e), les détenteurs de licence sont autorisés à exclure l'eau et/ou les produits laitiers ajoutés des calculs de pourcentage. Ceci est également valable pour les jus élaborés à partir de concentrés mais pas de jus frais.

La mention « hors eau ajoutée », « hors produits laitiers », « hors lait », « hors yaourt » ou « hors (nom de l'ingrédient liquide exclu) » doit être ajoutée à côté du pourcentage d'ingrédients Fairtrade s'il est calculé en excluant l'eau ou le produit laitier ajouté.

Veuillez consulter les Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux, à la section 2.2.2.

La mention réglementaire Fairtrade pour le type de traçabilité correspondant doit être utilisée.

Exemple :

Si le pourcentage de sucre dans un soda est de 85 % et que ce pourcentage a été calculé sans inclure la teneur en eau, l'emballage doit comporter une mention indiquant que l'eau a été exclue du calcul.

Le sucre issu du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar peut être mélangé pour des raisons techniques avec du sucre non certifié, mais le volume total est garanti aux producteurs aux conditions Fairtrade/Max Havelaar (bilan de masse). 85 % du volume total, hors eau ajoutée.

APPLICABILITÉ

La section 2.1 « Traçabilité » des Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux s'applique à tous les opérateurs Fairtrade.

La section 2.2 « Composition des produits » s'applique à tous les produits alimentaires composés certifiés à partir du 1^{er} juillet 2011. Les produits certifiés avant le 1^{er} juillet ont une période de transition de deux ans.

En cas de modification des standards Fairtrade, la période de transition pour l'étiquetage qui est conforme aux Standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux est déterminée par votre contrat de licence. Veuillez contacter votre organisation Fairtrade pour plus d'informations.



TROISIÈME PARTIE

SUPPORTS DE COMMUNICATION

03

TROISIÈME PARTIE 3.1 PROMOTION DES PRODUITS FAIRTRADE

CETTE SECTION PRÉCISE
L'UTILISATION DU
LABEL FAIRTRADE POUR SA
PROMOTION DANS DES
ENVIRONNEMENTS SPÉCIFIQUES
DE VENTE AU DÉTAIL « HORS
DOMICILE » ET SUR LES PUBLICITÉS
ET SUPPORTS PROMOTIONNELS
IMPRIMÉS ET EN LIGNE.

SUPPORTS PROMOTIONNELS

PRÉSENTATION

PRÉSENTATION

Rappelez-vous que tous les produits qui sont identifiés et promus comme des produits Fairtrade doivent être certifiés Fairtrade et porter le label Fairtrade adéquat. Cette section concerne l'application du label sur les supports promotionnels utilisés dans les hôtels, les restaurants, les cafés, les confiseries indépendantes et sur les distributeurs automatiques.

Positionnement

Les éléments Fairtrade (voir page 28) sur un article promotionnel doivent être regroupés visuellement. Ils doivent toujours être moins visibles que la marque et ne doivent jamais être utilisés pour induire le soutien ou le mécénat d'un événement ou d'une marque par Fairtrade International ou une Organisation Nationale Fairtrade, sauf autorisation spécifique. L'ensemble des éléments graphiques qui concernent le produit labellisé et les références au commerce équitable labellisé Fairtrade doivent être visuellement regroupés.

Co-étiquetage avec d'autres labels éthiques

Assurez-vous que les éléments Fairtrade obligatoires conservent leur indépendance vis-à-vis des autres labels éthiques (voir page 20). Le label ne doit pas apparaître comme le « propriétaire » du matériel promotionnel en raison de son caractère dominant.

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul. Voir pages 8 et 14.



01



01 Éléments Fairtrade

Les éléments Fairtrade doivent être regroupés et être moins visibles que la marque.

02 Nom de marque

Sur le support promotionnel, le nom et/ou le logo de la marque doivent toujours être clairement visibles.

03 Message

Assurez-vous que le message sur le produit labellisé Fairtrade est clair.

SUPPORTS PROMOTIONNELS PROMOTION EXTERIEURE

PROMOTION DES PRODUITS FAIRTRADE

Cafés et restaurants

Ces recommandations ont été élaborées pour vous permettre de promouvoir correctement les produits Fairtrade sur les sites de consommation hors domicile. Les produits Fairtrade présentés doivent être clairement reliés au label et accompagnés d'une accroche qui identifie les produits disponibles. Par exemple, ce peut être une phrase descriptive ou une incitation à l'action telle que « Notre café et notre thé English Breakfast sont certifiés Fairtrade ».

Le label Fairtrade ne doit être utilisé qu'une fois sur les éléments promotionnels tels que les panneaux de menu, les gobelets ou les cartes de fidélité.

Gobelets ou manchons

Les gobelets et les manchons ne doivent porter le label que si l'entreprise ou la marque n'offre que des produits certifiés Fairtrade dans une gamme complète et dans le nom de la marque.

Exemples de mention réglementaire

Tout notre café est certifié Fairtrade.

Les (nom des thés pertinents) sont certifiés Fairtrade.
Notre café et notre thé maison sont certifiés Fairtrade.

Informations optionnelles

L'URL de Fairtrade
www.fairtrade.net/ch

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul. Voir pages 8 et 14.



01



02



03

01 Éléments Fairtrade
Les éléments Fairtrade doivent être regroupés et être moins visibles que la marque.

02 Nom de marque
Sur le support promotionnel, un nom de marque ou un logo doit toujours être clairement affiché.

03 Message
Assurez-vous que le message sur le produit labellisé Fairtrade est clair.

SUPPORTS PROMOTIONNELS PROMOTION EXTERIEURE

UTILISATION DE L'APPELLATION FAIRTRADE

Le mot « Fairtrade » ne doit faire référence qu'à des produits certifiés Fairtrade. Par exemple, « Café certifié Fairtrade ». Toute référence générale à Fairtrade alors que l'ingrédient Fairtrade spécifique n'est pas indiqué n'est pas autorisée.

Par exemple, n'inscrivez pas « Cappuccino Fairtrade » ou « Café crème Fairtrade » car c'est le café qui compose ces boissons qui est certifié Fairtrade, pas le cappuccino en lui-même. De même, les termes ou phrases tels que « Menu Fairtrade » ou « Nous sommes un café Fairtrade » ne doivent pas être utilisés.

Pour utiliser la phrase « Tous nos cafés sont certifiés Fairtrade », l'ensemble du café, y compris le café filtre et le décaféiné, doit être certifié Fairtrade et identifié avec le label Fairtrade.

Il en va de même pour les autres produits vendus tels que le thé ou les boissons chocolatées.

Le Label ne doit pas se référer aux produits qui ne sont pas certifiés Fairtrade.



Utilisation correcte

Les produits Fairtrade doivent toujours être clairement liés au label.

Les produits Fairtrade doivent être signalés par un astérisque et une accroche descriptive précisant les produits disponibles.

Ce qu'il faut éviter

1 N'utilisez pas de termes comme « menu Fairtrade » ou « café Fairtrade ».

2 N'utilisez pas le mot Fairtrade pour des produits qui ne sont pas 100 % Fairtrade.

3 Les produits Fairtrade et non Fairtrade doivent être clairement séparés.

4 N'utilisez pas de référence générale à Fairtrade si les produits Fairtrade ne sont pas précisés.

SUPPORTS PROMOTIONNELS

PROMOTION EXTÉRIEURE, VENTE AU DÉTAIL

POINT DE VENTE AU DÉTAIL

Les magasins et autres commerces sont encouragés à promouvoir les produits Fairtrade en utilisant des affiches, des panneaux, des autocollants et d'autres types de supports promotionnels.

Lorsque ces supports comportent le label Fairtrade, ils doivent également afficher une incitation à l'action (« call to action »), telle que :

- Demandez des renseignements sur les produits Fairtrade!
- Vos produits labellisés Fairtrade en vente ici!
- Achetez des produits avec ce Label!

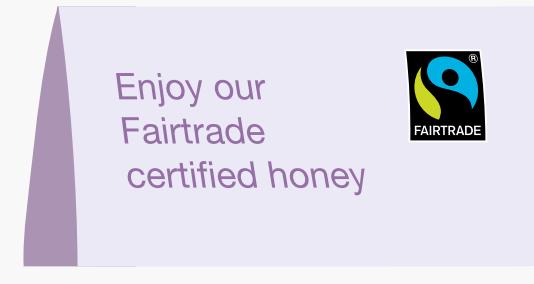
Hôtels et restaurants en self-service

Les hôtels ou les restaurants peuvent souhaiter, par exemple, mettre en avant un miel 100 % certifié Fairtrade non emballé au petit déjeuner. Pour signaler l'engagement de l'hôtel dans le commerce équitable labellisé Fairtrade, un chevalet ou un autre support équivalent peut être utilisé.

Boutiques spécialisées dans la vente de chocolat et chocolatiers

Demandez conseil auprès de votre Organisation Nationale Fairtrade.

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul. Voir pages 8 et 14.



02



01



01

01 Affiches, panneaux chevalets
Les affiches utilisant le label Fairtrade doivent comporter une incitation à l'action ou un énoncé explicatif concernant l'offre Fairtrade.

02 Chevalet

Les hôtels, les restaurants et les cafés (notamment ceux qui se trouvent à l'intérieur de commerces) peuvent promouvoir leurs produits Fairtrade avec des prospectus, des affiches ou des chevalets.

SUPPORTS PROMOTIONNELS

VENTE AU DÉTAIL

PROMOTION DES PRODUITS FAIRTRADE

Les produits labellisés avec le label Fairtrade peuvent être promus dans des commerces lorsque les vendeurs sont les détenteurs de licence et les propriétaires des produits eux-mêmes et/ou lorsqu'ils vendent plusieurs produits Fairtrade sous différentes marques.

Les produits certifiés Fairtrade doivent être clairement indiqués en plaçant des banderoles, des stop-rayons, des étiquettes promotionnelles, des affichettes de rayon, des étiquettes de prix et l'affichage publicitaire près des produits labellisés. Le label Fairtrade adéquat et le nom du produit doivent utilisés. Remarque : plusieurs labels Fairtrade pour différents modèles d'approvisionnement peuvent apparaître sur des produits placés sur un même rayonnage. Pour plus d'informations sur les emballages prêts-à-vendre, consultez la page 32.

Si l'affichage est situé près d'une entrée du magasin et à l'écart du produit, les consommateurs doivent être guidés vers les zones où les produits Fairtrade sont vendus.

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul sur le support promotionnel.

Voir pages 8 et 14.



01



02



03

PROMOTION COMMERCE DE DÉTAIL OFFRE FAIRTRADE MIXTE

MATÉRIAUX AVEC UNE OFFRE FAIRTRADE VARIÉE

Outre le label qui fait l'objet des présentes directives, il existe plusieurs labels Fairtrade dans l'architecture de marque Fairtrade, par exemple le label Fairtrade Coton ou le label Fairtrade Sourced Ingredient (label FSI), utilisé pour identifier des produits qui ne contiennent qu'un ou deux ingrédients Fairtrade. Les commerces ou marques qui disposent d'une offre Fairtrade diversifiée et souhaitent promouvoir les produits qu'ils vendent peuvent le faire de deux manières :

- Utilisation du label Fairtrade correspondant pour identifier les produits qui le portent, comme indiqué en **01**, lorsque l'espace et la mise en page le permettent. Un CTA ou une revendication correspondante doit être placé quelque part sur le support.
- Utilisation des labels Fairtrade sans flèche pour l'ensemble de l'offre et utilisation du label FSI sans barre, mais avec la liste des ingrédients en texte, lorsque l'offre comprend également des produits issus de ce modèle Fairtrade, comme indiqué en **02**, lorsque l'espace est limité et que la mise en page rend difficile le placement d'un label à côté de chaque produit ou de chaque gamme. Un CTA ou une revendication correspondante doit être placé à côté du ou des labels.

Les options mentionnées ci-dessus peuvent être combinées selon les besoins. Cela s'applique par exemple aux affiches, annonces, flyers, bannières, publicités en ligne / numériques, etc.

The first example, labeled '01', shows a 'THIS WEEKEND 25% OFFER' sticker placed next to a product. The product has a Fairtrade logo and a FSI logo. The second example, labeled '02', shows a 'THIS WEEKEND OFFER' sticker placed above a product. The product has a Fairtrade logo and a FSI logo with a list of ingredients: COCOA TEA ROSES LEMON JUICE MANGO JUICE.

01 Lorsque l'espace est disponible et que la mise en page le permet :: Placer le label correspondant à côté du produit.

02 Lorsque l'espace et la mise en page ne le permettent pas : Uniquement le label Fairtrade sans flèche et, le cas échéant, le label FSI sans barre, mais avec mention de l'ingrédient correspondant dans le texte.

The display features a variety of products including coffee, muesli, cookies, ice tea, and fruit juice, each with Fairtrade and FSI labels. A large yellow circular sticker with 'THIS WEEKEND OFFER' and 'GO FOR FAIRTRADE' is prominently displayed. A red banner at the bottom right reads 'REPÉREZ CE LABEL' (Find this label) with a list of labels: COCOA TEA ROSES LEMON JUICE MANGO JUICE.

RETAILER NAME
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit!
Morbi a ornare dolor, id ultrices massa!
Mauris condimentum aliquet convallis!

RETAILER NAME
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit!
Morbi a ornare dolor, id ultrices massa!
Mauris condimentum aliquet convallis!

PROMOTION OUT-OF-HOME OFFRE FAIRTRADE MIXTE

POUR UNE OFFRE FAIRTRADE MIXTE

Dans certains cas, les points de vente OOH proposent une offre mixte de produits Fairtrade, comprenant du café portant le label Fairtrade sans flèche ainsi que du chocolat, des thés et des produits à plusieurs ingrédients portant le label Fairtrade avec flèche sur l'emballage. Dans d'autres cas, le café peut être le produit principal, accompagné d'une offre plus réduite de chocolat et de thé. Lorsque la distinction entre les deux labels sur les supports OOH est difficile, le label Fairtrade sans flèche peut être utilisé à des fins publicitaires.

En revanche, si l'offre principale se compose de thé et/ou de chocolat avec seulement une petite sélection de café, le label Fairtrade avec flèche doit être utilisé pour toutes les communications publicitaires.

Les mêmes règles que celles présentées aux pages précédentes s'appliquent : les consommateur·rice·s ne doivent pas être amené·e·s à croire que des produits non Fairtrade proposés le sont.

Un CTA ou une mention à côté du label doit être utilisé pour spécifier l'offre Fairtrade, voir **03**.

Le label accompagné d'une revendication correspondante peut être utilisé sur des gobelets ou manchons jetables à condition que le produit servi dedans soit 100 % Fairtrade, voir **01** et **02**.

Si l'offre correspondante n'est pas entièrement Fairtrade, les produits de cette catégorie peuvent être indiqués sur le menu avec le symbole, voir **04**.

Pour l'utilisation sur les emballages, la règle reste la même : utiliser le label Fairtrade avec ou sans flèche selon les besoins (voir pages 8 et 14).



PROMOTION PRODUITS EN VRAC

LORSQUE LES PRODUITS SONT VENDUS EN VRAC, SANS EMBALLAGE PRÉALABLEMENT CONDITIONNÉ, AUX CONSOMMATEUR·RICE·S

Dans les petits commerces ou les petites entreprises artisanales, où les produits Fairtrade sont achetés en grande quantité auprès d'un distributeur licencié puis vendus en vrac aux consommateur·rice·s, le label Fairtrade peut être utilisé sur les supports publicitaires et pour signaler l'offre Fairtrade.

Cela n'est valable que si le commerce a acheté les produits Fairtrade auprès d'une entreprise détenant un contrat de licence avec un organisme de licence Fairtrade International (NFO ou FI), ce qui garantit que les produits, bien que vendus en grandes quantités, sont certifiés et contrôlés à ce stade.

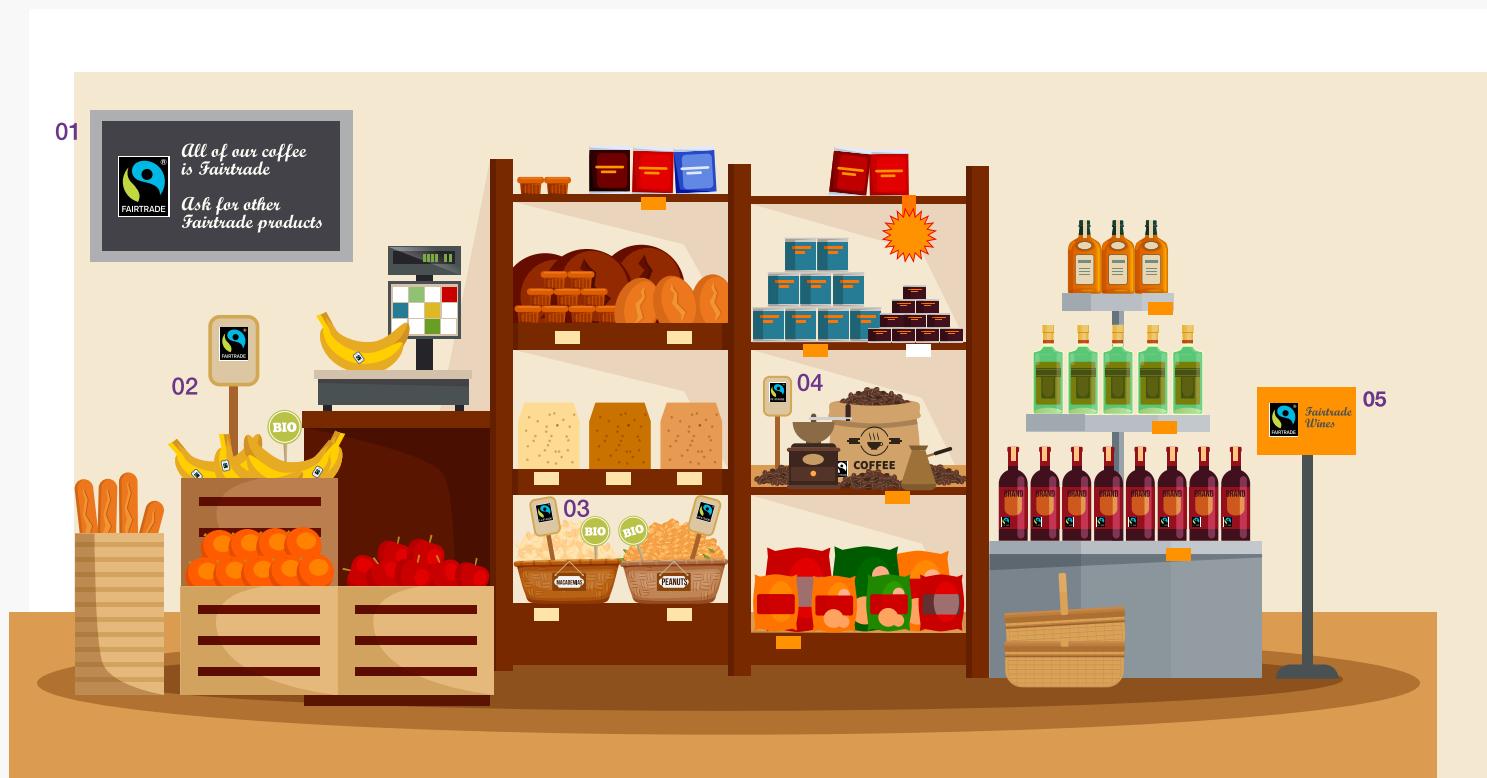
Les sacs de café achetés en vrac auprès d'une entreprise licenciée peuvent déjà porter le label Fairtrade, et il est acceptable que le commerce laisse cet emballage visible (voir 04 à droite).

Le label Fairtrade peut être utilisé pour identifier les produits Fairtrade là où ils sont exposés, ainsi que sur des panneaux publicitaires, tableaux à craie ou affiches, accompagné d'une mention sur l'offre Fairtrade et/ou d'un CTA.

Les régimes de bananes, fruits et légumes vendus en vrac doivent porter l'autocollant Fairtrade. Les paniers ou flowpacks doivent porter le label correspondant (voir pages 36 et suivantes).

Étant donné que les petits commerces ne sont pas contrôlés ou inspectés, les produits Fairtrade vendus en vrac ne doivent pas être reconditionnés dans un emballage portant le label. Les sacs en papier ou autres moyens utilisés pour remettre les produits en vrac aux consommateur·rice·s ne doivent pas porter le label FAIRTRADE.

Il incombe au propriétaire ou à la direction du commerce de veiller à ce que seuls les produits licenciés Fairtrade soient identifiés comme tels.



01 Le label Fairtrade sur les affiches ou tableaux

Accompagné d'une mention sur l'offre Fairtrade, par exemple : « Tout notre café est certifié Fairtrade » ou « Le café XYZ est certifié Fairtrade », et d'une incitation à se renseigner sur d'autres produits Fairtrade disponibles, le cas échéant.

02 Fruits identifiés avec le label et le sticker

Les bananes Fairtrade sont munies de l'autocollant Fairtrade lorsque elles sont achetées en grande quantité auprès d'une entreprise licenciée.

03 Noix vendues en vrac identifiées avec le label

Lorsqu'elles sont vendues dans un sac en papier ou tout autre type de sachet, celui-ci ne doit pas porter le label Fairtrade.

04 Café Fairtrade vendu en vrac avec le label Fairtrade

Le label Fairtrade peut également être apposé sur le conditionnement en gros, si celui-ci a été acheté tel quel auprès de l'entreprise licenciée.

05 Vin Fairtrade déjà portant le label Fairtrade

Le commerce peut également proposer des produits Fairtrade préemballés et sous licence, par exemple du vin.

SUPPORTS PROMOTIONNELS DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES AVEC MARQUE – FAÇADE VITRÉE

Produits Fairtrade et non Fairtrade mélangés

Pour que le label figure sur le distributeur, il est impératif qu'au moins 50 % des produits proposés soient labellisés Fairtrade.

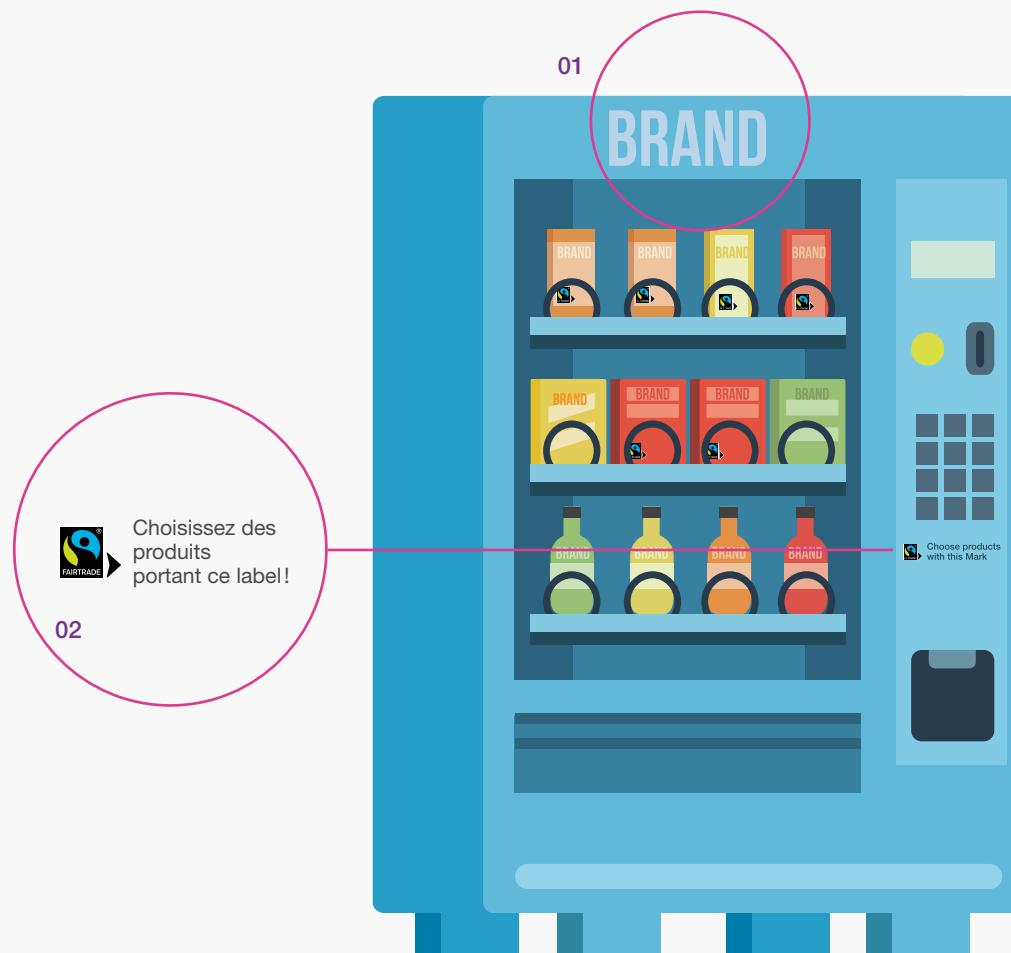
Appel à action

Un appel à action doit être placé à côté du label, par exemple :

- Choisissez des produits portant ce label.
- Découvrez le commerce équitable avec Fairtrade !
- Avec une mention réglementaire Fairtrade (en option, voir page xx). L'URL d'une Organisation Nationale Fairtrade peut être utilisée au lieu d'une URL internationale.
- **Cherchez le label Fairtrade sur les produits !**
- Avec une mention réglementaire Fairtrade (en option, voir page xx). L'URL d'une Organisation Nationale Fairtrade peut être utilisée au lieu d'une URL internationale.
- **Cherchez ce label, Cherchez le label Fairtrade, Cherchez le label Fairtrade lorsque vous faites vos achats.**

Mention réglementaire Fairtrade optionnelle

Veuillez consulter la section sur les mentions réglementaires Fairtrade, à partir de la page 57.



01 Nom de marque

Le distributeur automatique doit afficher un nom de marque et/ou un logo de marque distincts bien visibles.

02 Label et appel à action

Le label Fairtrade doit être indépendant de la marque du distributeur automatique.

Un appel à action doit être ajouté à côté du label.

SUPPORTS PROMOTIONNELS DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

DISTRIBUTEURS AVEC MARQUE DE PRODUITS CERTIFIÉS FAIRTRADE

Lorsque le distributeur fournit un seul produit et que celui-ci est labellisé Fairtrade ou que tous les produits proposés par le distributeur sont labellisés Fairtrade, les règles suivantes doivent être respectées :

- La ou les images représentant l'emballage doivent être la représentation fidèle d'un emballage de vente au détail validé.
- Le distributeur doit effectivement proposer les produits labellisés Fairtrade annoncés par la ou les images d'emballage.

Quand le label est également apposé de manière distincte de l'image de l'emballage, une mention d'accompagnement doit être apposée à côté du label. Par exemple : **Tous les chocolats proposés dans ce distributeur sont labellisés Fairtrade.**

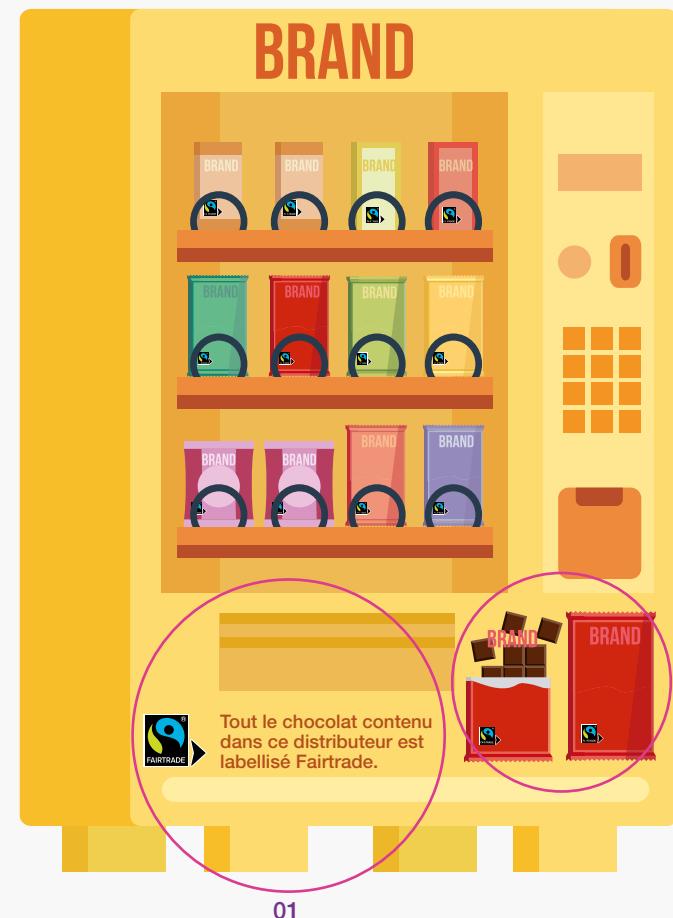
Appel à action

Un appel à action peut aussi être utilisé, par exemple, « **Achetez des produits portant ce label** »

Mention réglementaire Fairtrade optionnelle

L'une des mentions réglementaires Fairtrade des pages 57 ou 58 peut également être ajoutée.

Pour utiliser des images de producteurs ou des déclarations d'impact au sujet de Fairtrade sur un distributeur automatique, veuillez contacter votre organisation Fairtrade pour obtenir une autorisation.



01 Mention d'accompagnement

Lorsque le label Fairtrade est affiché sur le distributeur et qu'il est séparé du label situé sur l'emballage du produit Fairtrade, une mention d'accompagnement doit être placée à côté.

02 Image du produit

Si elle est employée, l'image de l'emballage doit représenter fidèlement l'emballage de vente approuvé.

SUPPORTS PROMOTIONNELS DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

DISTRIBUTEURS DE BOISSONS ET DISTRIBUTEURS « TABLE TOP »

Le label peut être utilisé sur un distributeur de boissons chaudes qui offre principalement des produits Fairtrade, et quelques ingrédients secondaires non certifiés (ex. : un distributeur de chocolat chaud Fairtrade qui ajoute également du lait non certifié).

Un distributeur automatique peut :

- porter un visuel de produit labellisé Fairtrade ;
- porter une marque tierce avec l'identification des produits labellisés Fairtrade sur la façade ;
- ne pas porter de marque (sauf celle du propriétaire ou de l'exploitant de la machine) avec l'identification des produits labellisés sur la façade.

Un distributeur automatique doit présenter :

- une marque ou une image d'un produit labellisé Fairtrade qui se trouve dans la machine ;
- une mention à côté du label permettant d'identifier les produits Fairtrade proposés par la machine, ex. : **Tous les cafés proposés dans ce distributeur sont certifiés Fairtrade.**

Appel à action

Un appel à action peut aussi être utilisé, par exemple, « **Choisissez des produits portant ce label** ».

Mention réglementaire Fairtrade optionnelle

L'une des mentions réglementaires Fairtrade des pages 57 et 58 peut également être ajoutée.

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul. Voir pages 8 et 14.



01 Nom de marque

Le distributeur automatique doit comporter un nom de marque et/ou un logo distincts bien visibles.

02 Produits Fairtrade

Les produits Fairtrade doivent être clairement signalés, par exemple, à côté du bouton.

03 Mention

Une mention d'accompagnement doit être ajoutée à côté du label confirmant les produits Fairtrade qui sont distribués par la machine.

SUPPORTS PROMOTIONNELS PUBLICITÉ

PUBLICITÉ

Le label Fairtrade peut être utilisé sur des publicités imprimées ou visuelles, ou des publireportages dans la mesure où les recommandations ci-dessous sont respectées.

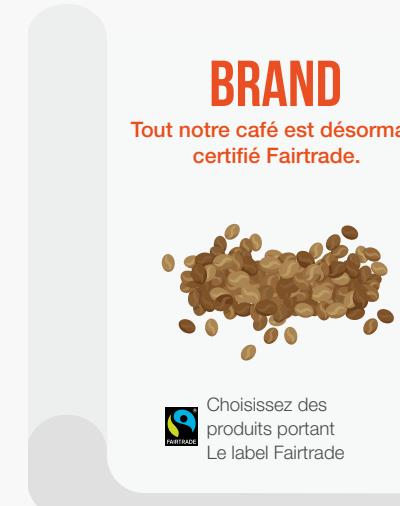
La société ou la marque qui fait l'objet de la publicité doit être clairement identifiée. Le label doit toujours être clairement identifiable comme une certification produit indépendante. Il ne doit être utilisé en aucune façon qui induise un soutien à la marque ou comme substitut à la marque.

Les sociétés doivent éviter de placer le label dans l'angle inférieur droit d'une page ou d'un écran, ce qui pourrait suggérer que l'annonceur est Fairtrade.

Déclarations et mentions à propos de Fairtrade/Max Havelaar

Toutes les mentions relatives au système Fairtrade doivent être exactes et validées par une Organisation Fairtrade. Elles peuvent être soit extraites d'une liste de mentions convenues, soit envoyées à Fairtrade International ou une Organisation Nationale Fairtrade pour validation.

Remarque : Lorsqu'il y a une offre mixte de produits physiquement traçables, comme le café, et de produits utilisant le bilan de masse, comme les produits à base de thé et de cacao, le label avec la flèche peut être utilisé seul. Voir pages 8 et 14.



01

01 Publicité imprimée
Le label peut être utilisé sur de la publicité imprimée et des publireportages



02

02 Publicité visuelle
Sur les publicités visuelles (ex. : écran, TV, film), l'utilisation d'une accroche (déclaration) n'est pas nécessaire si le contenu Fairtrade est clair.

SUPPORTS PROMOTIONNELS PRESSE ET ÉVÉNEMENTIEL

ARTICLES DE PRESSE

Pour pouvoir utiliser le label Fairtrade dans un article de presse, il doit être correctement placé, à proximité de la partie pertinente de l'article qui parle de Fairtrade.

ÉVÉNEMENTS OU CAMPAGNES DE PROMOTION FAIRTRADE

Lors d'un événement promotionnel spécifique, l'engagement en faveur du commerce équitable labellisé Fairtrade peut être signalé sur des présentoirs et des stands où les produits Fairtrade sont projetés sur des écrans, ou sur des nappes et des toiles de fond, pour un événement qui promeut spécifiquement des produits Fairtrade.

Le label ne doit pas être utilisé pour indiquer le soutien ou le sponsoring d'un événement par Fairtrade International ou une Organisation Nationale Fairtrade, sauf autorisation écrite obtenue au préalable à cet effet.

L'application du label Fairtrade et des déclarations liées sur chaque type de support promotionnel doit être validée par Fairtrade de manière à ce que Fairtrade connaisse clairement l'étendue de l'événement, de la promotion ou de la campagne.



Articles de presse

Dans les articles de presse, le label doit être placé à côté de la partie pertinente de l'article qui parle de Fairtrade.



Événements et promotions

Lors d'événements ou de promotions, le label peut être utilisé sur des banderoles ou des présentoirs dans la mesure où il est clairement identifiable comme un label de certification de produit indépendant.

SUPPORTS PROMOTIONNELS UTILISATION NUMÉRIQUE

SITES INTERNET TIERS

Le label Fairtrade peut être affiché sur le site internet d'un détenteur de licence s'il n'est pas placé dans l'en-tête ou dans la barre d'en-tête permanente de la page d'accueil. Le propriétaire du site internet ou la marque doit apparaître clairement. Il doit être évident que le label ne promeut pas ni n'accrédite la société. En cas d'utilisation du Label ou du badge web (voir ci-dessous) sur la page d'accueil, les produits Fairtrade appropriés doivent être clairement désignés sur tout le site.

Bannières web

Les bannières web sont autorisées dans les barres permanentes latérales ou de pied de page, mais là encore elles ne doivent pas induire d'interprétation abusive. Une attention toute particulière doit être donnée à ce que le label ne soit pas associé à un nombre de produits plus important que la réalité. D'autre part, le label ne doit en aucun apparaître comme un soutien ou une accréditation de l'entreprise.

Accroches d'accompagnement

Une accroche placée à proximité du label peut être un appel à action ou une déclaration au sujet de l'offre Fairtrade, par exemple :

- « Cherchez nos produits certifiés Fairtrade ! »
- « Découvrez notre gamme de cafés Fairtrade ! »
- « Nous offrons un grand choix de chocolats Fairtrade ! »

Validations

Avant toute mise en ligne sur votre site internet, le projet de la page d'accueil et de la page produit ou le lien vers la/les page(s) web non publiée(s) doit être transmis à votre organisation Fairtrade pour validation.

Vous pouvez également demander à votre Organisation Nationale Fairtrade/OMF, ou à FI si vous pouvez créer un lien vers la page web pertinente de leur site afin d'expliquer en détail ce qu'est Fairtrade.



1 Accroche

Lorsque vous appliquez le label, vous devez l'accompagner d'une phrase d'accroche. Veillez à ce que l'accroche et l'appel à action soient placés à côté ou à proximité du label.

Si moins de 100 % de l'offre est certifiée Fairtrade, il est nécessaire d'ajouter une mention telle que « cherchez nos produits certifiés Fairtrade » ou « découvrez notre gamme de cafés Fairtrade ».

Exception

À titre exceptionnel, le label peut être placé sur une barre d'en-tête ou en pied de page si d'autres labels ou logos de certifications sont présents sur le site et s'ils sont placés à ces endroits.



QUATRIÈME PARTIE ANNEXES

04

QUATRIÈME PARTIE 4.1 ANNEXES

CETTE SECTION INCLUT DES RECOMMANDATIONS SUR LES POINTS SUIVANTS :
VALIDATION DE L'EMBALLAGE
RESPONSABILITÉS DU DÉTENTEUR DE LICENCE
PROTECTION DU LABEL
UTILISATION DES TERMES FAIRTRADE ET DU GLOSSAIRE
COORDONNÉES

ANNEXES

VALIDATION DE L'EMBALLAGE ET RESPONSABILITÉS DU DÉTENTEUR DE LICENCE

VALIDATION DE L'EMBALLAGE

Fairtrade International octroie la licence du label Fairtrade aux Organisations Nationales Fairtrade (NFO) qui l'octroient elles-mêmes aux détenteurs de licence dans leur pays ou leur région afin qu'ils puissent utiliser le label sur des produits certifiés Fairtrade ou lors d'événements promotionnels. Si les emballages sont créés conformément aux recommandations du présent guide, ils seront acceptés sur tous les marchés de destination en vue de ventes transfrontalières dans d'autres pays. Toutes les maquettes doivent être approuvées par écrit par les équipes responsables au sein de l'organisation Fairtrade ou de FI avant l'impression ou la publication.

La plupart des marchés utilisent un système unifié en ligne de Fairtrade pour la validation des maquettes.
Renseignez-vous auprès de votre organisation Fairtrade.

Toute autre demande relative à des maquettes d'emballage doit être envoyée à l'Organisation Nationale Fairtrade ou à l'Organisation de Marketing Fairtrade pertinente ou à l'adresse info@maxhavelaar.ch

Vérifiez que la maquette est conforme à ces recommandations et à la check-list de soumission des maquettes à la page 34.

Remarque : les demandes de validation de maquette incomplètes entraîneront des délais supplémentaires.

PROCESSUS ET DÉLAIS

L'équipe responsable des maquettes au sein de l'organisation Fairtrade ou de Fairtrade International mettra tout en œuvre pour approuver les maquettes qui se conforment aux instructions fournies dans cet ouvrage. Lorsque la maquette est réalisée avec précision, le processus d'approbation est plus simple.

L'équipe s'efforcera de répondre rapidement, si possible dans un délai de 10 jours ouvrés à compter de la réception du graphisme initial, puis de compléter le processus de validation dans les trois semaines suivant la première soumission du graphisme. Ce délai de réponse dépend de la pleine conformité du graphisme aux présentes recommandations. Une bonne pratique consiste à prévoir suffisamment de temps pour le processus de validation du graphisme.

Responsabilités du détenteur de licence

Il est de la responsabilité du détenteur de licence de s'assurer que la maquette est conforme :

- 01 aux présentes recommandations ;
- 02 aux standards Fairtrade ;
- 03 aux produits certifiés Fairtrade détaillés dans le contrat de licence.
- 04 Les détenteurs de licence doivent également veiller à ce que les fiches produits (si applicable) soient transmises avant ou en même temps que la maquette. La maquette doit respecter les réglementations en vigueur en matière d'étiquetage sur le marché de destination.

Les déclarations liées à Fairtrade sur l'emballage doivent pouvoir être étayées. Le détenteur de licence peut devoir prouver toute déclaration formulée et associée au label et/ou au système Fairtrade/Max Havelaar. Fairtrade International et les Organisations Nationales Fairtrade se réservent le droit de refuser l'utilisation du label tant que la déclaration n'a pas été étayée, corrigée ou supprimée.

Le détenteur de licence doit s'assurer que le produit et le graphisme sont validés avant publication, impression ou distribution publique de tout produit, emballage ou support promotionnel qui arbore le label Fairtrade.

Le détenteur de licence doit également s'assurer que toutes les tierces parties, y compris les agences de design, les revendeurs et autres entreprises impliquées dans le graphisme se conforment aux présentes recommandations.

Période de transition

À compter de la date d'émission de ces nouvelles recommandations, les détenteurs de licence disposent d'une période de 24 mois pour mettre aux normes leurs nouveaux emballages et supports promotionnels. Une extension peut être demandée auprès de votre Organisation Nationale Fairtrade en cas de circonstances exceptionnelles. Néanmoins, le détenteur de licence sera autorisé à utiliser les emballages restants déjà validés et produits durant la période de transition jusqu'à épuisement des stocks.

ANNEXES

AVERTISSEMENT

AVERTISSEMENT

Fairtrade International concède aux entreprises un droit d'utilisation du label Fairtrade sur les produits qui répondent aux Standards Fairtrade.

Le droit d'apposer le label n'est octroyé que pour les produits répertoriés dans le Contrat de Licence. Il ne s'applique en aucun cas aux entreprises ou aux organisations qui les vendent.

L'octroi du droit d'utilisation du label à une entreprise par Fairtrade International ou une Organisation Nationale Fairtrade est soumis à la signature et au respect par l'entreprise des clauses du Contrat. L'utilisation accordée pour le label n'est pas valable pour tout produit autre que le(s) produit(s) certifié(s)/spécifié(s) dans le Contrat.

Le détenteur de licence et/ou revendeur dont le nom figure ou est rattaché au produit est seul responsable de l'étiquetage du produit, de son emballage et des informations figurant dessus. Il incombe au détenteur de licence de garantir que l'emballage et l'étiquetage sont conformes à toutes les réglementations et normes d'étiquetage pertinentes, et que toutes les déclarations et mentions liées à Fairtrade et à la Prime Fairtrade sont exactes et à jour au moment de l'impression, et qu'elles peuvent être étayées si nécessaire.

Le détenteur de licence est responsable à tout moment de l'utilisation correcte du label et de l'appellation Fairtrade sur l'emballage et les supports promotionnels. Fairtrade International, ou l'Organisation Nationale Fairtrade concernée, n'est pas le vendeur et n'endosse aucune responsabilité quant à toute autre déclaration apposée sur l'emballage et n'apporte aucune garantie expresse ou implicite (y compris, une garantie implicite de qualité marchande) quant au produit vendu par le détenteur de licence ou le distributeur.

Le label implique uniquement que, au moment de l'émission de sa validation, le produit, sa composition et son emballage étaient conformes aux exigences et aux procédures spécifiées dans le Contrat de Licence et les standards Fairtrade.

ANNEXES

PROTECTION DU LABEL

PROTECTION DU LABEL

Le label Fairtrade est la propriété exclusive de Fairtrade International (FI).

Fairtrade contrôle l'utilisation du label sur les emballages et les supports promotionnels du marché et engagera toute action appropriée afin de protéger son intégrité. Les détenteurs de licence sont encouragés à signaler à Fairtrade International ou à l'Organisation Nationale Fairtrade tout soupçon d'utilisation abusive.

UTILISATION ABUSIVE

En cas d'utilisation abusive du label par un détenteur de licence agréé, la réclamation et l'utilisation abusive seront traitées par le biais de la procédure de réclamation de Fairtrade et, au minimum, la procédure suivante sera mise en place :

- Le signalement de l'utilisation abusive sera enregistré dans le registre approprié des réclamations.
- L'entreprise ou l'organisation à l'origine de cette utilisation abusive sera contactée par écrit et/ou par téléphone et la réclamation sera examinée.
- Le cas échéant, une action corrective sera exigée dans un délai imparti. Le délai sera fonction du support sur lequel l'infraction a été constatée et de la gravité de l'infraction ou de l'utilisation abusive.
- Des actions de suivi seront menées afin de garantir que l'utilisation abusive a été corrigée.

Tout défaut de la part du détenteur de licence à entreprendre les actions requises pourra entraîner la suspension ou la résiliation du Contrat de licence du détenteur et/ou des actions en justice. L'utilisation abusive du label par une organisation tierce sera également traitée par le biais de la procédure de réclamation et il sera notifié à l'organisation que le ou les produits doivent être retirés de la vente ou les supports promotionnels de la circulation et/ou du site web, avec effet immédiat.

Fairtrade International se réserve le droit d'engager des poursuites judiciaires à l'encontre de toute partie qui reproduit, copie ou associe le label Fairtrade sous quelque forme que ce soit, sans y avoir été autorisée au préalable.

DROIT D'AUTEUR

Toutes les informations, illustrations et images du présent Guide d'utilisation du label Fairtrade/Max Havelaar sont sous copyright de Fairtrade International.

La reproduction intégrale ou partielle de tout contenu de ces recommandations est soumise à l'autorisation écrite préalable des équipes de Fairtrade International ou de l'Organisation Nationale Fairtrade concernée.

ANNEXES

TERMINOLOGIE FAIRTRADE ET CHARTE GRAPHIQUE

TERMINOLOGIE FAIRTRADE

Il est important que l'ensemble des mentions et des visuels qui se réfèrent ou sont associés au système de certification Fairtrade et/ou au label Fairtrade soient exacts.

Les mots suivants doivent toujours être écrits de la façon suivante :

Label Fairtrade : L majuscule pour Label,
Fairtrade en majuscule

**« Fairtrade » en lien avec le système de
certification Fairtrade :** un mot (et non deux)
avec un F majuscule

Standards Fairtrade : S en majuscule pour Standards,
F en majuscule pour Fairtrade

Prime Fairtrade : P en majuscule pour prime,
F en majuscule pour Fairtrade

Étiquetage Fairtrade : é en minuscule pour étiquetage,
F en majuscule pour Fairtrade

TERMINOLOGIE GRAPHIQUE

Maquette : fichier électronique, normalement au format PDF, d'une image en deux dimensions, avec l'ensemble des mesures, des instructions pour les découpes, les fermetures et les pliages

CMYK : procédé d'impression en quadrichromie

EPS/EPS Illustrator : fichier vectoriel du Label Fairtrade fourni par Fairtrade pour l'impression professionnelle

Pantone Matching System® : PMS, système international utilisé par le secteur de l'imprimerie pour classer des couleurs spécifiques

PDF : Portable Document Format, le format privilégié pour soumettre une maquette

ANNEXES

GLOSSAIRE

GLOSSAIRE

Produit composé : un produit contenant plusieurs ingrédients et conforme aux standards Fairtrade pour les Acteurs Commerciaux.

Standards pour les produits composés : normes définissant les conditions sous lesquelles des produits composés contenant des ingrédients Fairtrade peuvent être labellisés Fairtrade et vendus sur des marchés internationaux.

Ventes transfrontalières : vente de produits sur plusieurs marchés internationaux.

Fairtrade International (FI) : organisation internationale composée d'Organisations Nationales Fairtrade et de Réseaux de producteurs dans les pays de consommation et de production. Fairtrade International a notamment pour mission de développer les standards Fairtrade et d'établir la stratégie de Fairtrade.

Label Fairtrade : utilisé sur des produits respectant les standards Fairtrade définis par Fairtrade International (FI). Le label Fairtrade est une marque déposée et une certification produit indépendante.

Organisation de marketing Fairtrade : organisations Fairtrade sans activités de concession de licence, chargées de la promotion de Fairtrade dans leurs pays respectifs.

Ingrédients ou composants : toutes les matières premières et composants du produit fini proposé à la vente par le détenteur de licence.

Organisation nationale Fairtrade (ONF) : membre à part entière de Fairtrade International. L'ONF est chargée de la concession des licences, du marketing, du développement de l'activité et de la sensibilisation dans une zone géographique donnée. Une ONF a le droit d'octroyer le label Fairtrade aux détenteurs de licence et aux organismes tiers dans sa zone de compétence.

Contrat de licence : accord entre une organisation Fairtrade ou Fairtrade International et un détenteur de licence, qui établit notamment les conditions d'utilisation du label Fairtrade.

Organisme d'accréditation : une organisation Fairtrade qui a des accords officiels avec Fairtrade International pour octroyer des licences du label Fairtrade dans leur pays ou leur région. Dans le système Fairtrade, ce sont les Organisations Nationales Fairtrade (ONF). Fairtrade International est elle-même une organisation qui octroie des licences du label Fairtrade dans les pays où aucune organisation Fairtrade n'est présente.

Détendeur de licence : une société qui a signé le contrat de licence Fairtrade et qui a donc le droit d'appliquer le label Fairtrade sur les produits concernés par le contrat.

Code de référence de l'Organisation Nationale Fairtrade : code de référence Fairtrade donné à chaque détenteur de licence par certaines organisations Fairtrade. Il est obligatoire sur certains marchés.

Bilan de masse : quatre ingrédients Fairtrade peuvent être commercialisés avec ce type de traçabilité. Il s'agit du cacao, du thé, du jus de fruits et du sucre. Ils peuvent provenir de nombreuses exploitations et pays différents et doivent souvent être mélangés avec des ingrédients non certifiés Fairtrade pour le transport ou la production. À moins que les volumes ne soient très petits ou extrêmement grands, il est généralement peu pratique ou trop coûteux de les maintenir complètement séparés.

Produits hors domicile : aliments ou boissons consommés en déplacement ou hors domicile.

Bio : produit certifié d'après les normes d'agriculture biologique d'une organisation ou d'organisme reconnu(e).

Emballage : tous les composants normalement fournis comme faisant partie du produit, ce qui inclut tous les contenants, enrobages, étiquettes et emballages de transport qui portent le label Fairtrade.

Traçabilité physique : signifie que les produits Fairtrade peuvent être séparés physiquement des produits non Fairtrade à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. La traçabilité physique est conseillée mais pas obligatoire pour le cacao, la canne à sucre, les jus de fruits et le thé. La traçabilité physique est obligatoire pour tous les autres produits Fairtrade.

Marque de distributeur : un produit fait par une entreprise certifiée pour le propriétaire de la marque.

Produits/liste de produits : tout ou partie des produits du détendeur de licence détaillés dans le contrat de licence.

Description du produit : un terme qui caractérise le produit et qui explique les caractéristiques du produit, par exemple, bio, rafraîchissant, frais, etc.

Produit mono-ingrédient Fairtrade : un produit contenant un seul ingrédient, comme le café. 100 % du produit doit être certifié Fairtrade pour pouvoir porter le label Fairtrade.

Tige : se réfère aussi bien à la tige d'une fleur ou d'un élément de remplissage.

COORDONNÉES

MARQUE DÉPOSÉE

® Marque de certification /Marque déposée

Les labels Fairtrade sont des marques de certification et des marques déposées détenues et délivrées sous licence par Fairtrade International. Les labels Fairtrade ne doivent pas être copiés, reproduits ou utilisés sans l'accord préalable écrit de Fairtrade International ou de ses organismes de cession de licence désignés, les Organisations Nationales Fairtrade.

© Fairtrade International 2018

CRÉDITS CONCEPTION

Association Max Havelaar France
PMS
Britta Frühling / www.fruhling.co.uk

PHOTOGRAPHIES

Couverture Stefan Lechner
Page 4 Remo Naegeli, Hanna Åsheim
Page 7 Marvin del Cid, David Macharia,
Roger vam Zaal, Lena Granefelt
Page 23 David Macharia
Page 61 David Macharia
Page 74 James Robinson

VALIDATION DE L'EMBALLAGE

Contactez l'association Max Havelaar France :
validation@maxhavelaarfrance.org

COORDONNÉES ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

Le Château Etic
75, allée des Parfumeurs
92000 Nanterre
Tél. : 01 42 87 70 21
Fax +49 (0) 228 242 1713
www.maxhavelaarfrance.org

ORGANISATIONS NATIONALES FAIRTRADE

Les coordonnées des organisations Fairtrade sont disponibles sur :
info.fairtrade.net