

Zmiany w korzystaniu ze znaków FSC

Wycofanie znaku towarowego „Forest For All Forever” i paneli promocyjnych



1. DECYZJA

Aby wzmocnić zaufanie do znaków FSC i wesprzeć posiadaczy licencji promocyjnych FSC w poruszaniu się po nowych globalnych przepisach przeciwko greenwashingowi, FSC **wycofuje znak towarowy „Forests For All Forever” (FFAF) dla wszystkich posiadaczy licencji**. Ponadto posiadacze licencji promocyjnych (Promotional Licence Holder – PLH) nie będą już korzystać z **paneli promocyjnych FSC**.

2. KONTEKST

Na całym świecie obserwuje się wzrost liczby przepisów dotyczących walki z greenwashingiem, a także coraz większą kontrolę komunikatów przedsiębiorstw dotyczących zrównoważonego rozwoju. [Dyrektywa UE w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej](#) (Empowering Consumers – EmpCo) jest kluczową regulacją wzmacniającą ochronę konsumentów i ograniczającą nieuczciwe praktyki handlowe, takie jak wprowadzające w błąd deklaracje środowiskowe, etykiety dotyczące zrównoważonego rozwoju i materiały promocyjne. Dyrektywa ta weszła w życie w marcu 2024 r. i zacznie obowiązywać od września 2026r.

Nie jest to tylko europejska inicjatywa. Instytucje na całym świecie aktualizują swoje przepisy dotyczące ochrony konsumentów [1], aby zwalczać i karać praktykę greenwashingu.

FSC zleciło szeroko zakrojoną analizę i przegląd prawny naszych systemów, koncentrując się w szczególności na znakach towarowych FSC, etykietach FSC i projektach promocyjnych FSC. Zewnętrzny i niezależny przegląd wykazał wysokie ryzyko braku zgodności dla posiadaczy licencji w przypadku stosowania znaku towarowego „Forest for All Forever”, ponieważ zawiera on ogólne oświadczenie środowiskowe „las dla wszystkich na zawsze”, które zostało ocenione jako ambitne i zbyt szerokie, aby spełnić wymagane standardy szczegółowości i uzasadnienia.

Projekt panelu promocyjnego jest obecnie uznawany za etykietę zrównoważonego rozwoju w ramach dyrektywy EmpCo i dlatego wymaga monitorowania przez kompetentną i niezależną stronę trzecią. Ponad 70% posiadaczy licencji promocyjnych działa na rynku UE, dlatego wycofamy dla nich projekt panelu promocyjnego, aby zminimalizować ryzyko niezgodności z dyrektywą. Posiadacze licencji promocyjnych mogą nadal bez obaw używać nazwy FSC, skrótu i logo FSC, postępując zgodnie z wytycznymi zawartymi w niniejszym dokumencie.

[1] Australia, zobacz: Green marketing and the Australian Consumer Law.

Kanada, zobacz: Competition Act, main focus Bill 96

Chiny, zobacz: Advertising Law and Environmental Protection Law

Kolumbia, zobacz: Decreto 1369/2014

Singapur, zobacz: Consumer Protection (Fair Trading Act) 2003 and The Singapore Code of Advertising Practice

Wielka Brytania, zobacz: Green Claims Code

USA, zobacz: FTC Green Guide

3. KOLEJNE KROKI

Wycofując znak FFAF, FSC wzmacnia zaufanie do swoich znaków towarowych i etykiet. Posiadacze licencji działający na rynku UE mogą nadal sprzedawać i promować swoje produkty certyfikowane, używając znaków FSC. Przejście to może wymagać dodatkowych działań ze strony posiadacza licencji FSC, dlatego w celu jak najpłynniejszego przebiegu tego procesu udostępniamy odpowiednie narzędzia i zasoby. Przykładem może być platforma FSC Brand Hub, która została stworzona już z myślą o nowych przepisach.

Wykorzystanie znaków towarowych przez posiadaczy licencji reguluje [Przewodnik FSC po znakach towarowych dla posiadaczy licencji promocyjnych](#), który jest obecnie w trakcie aktualizacji. Zaktualizowany przewodnik będzie zawierał wszystkie zmiany wskazane w niniejszym dokumencie i zostanie opublikowany w drugim kwartale 2026 r. Posiadacze licencji promocyjnej (PLH) mają czas do września 2026 r. na dostosowanie sposobu używania przez nich znaków towarowych FSC do nowych wymagań.

4. WYTYCZNE TECHNICZNE

Posiadacze licencji mogą dostosować to jak korzystają ze znaków FSC do dyrektywy Empowering Consumers przed datą wejścia w życie zrewidowanego „Przewodnika FSC po znakach towarowych”, wprowadzając odpowiednie zmiany w swoich materiałach promocyjnych.

KORZYSTANIE ZE ZNAKÓW TOWAROWYCH FSC W CELACH PROMOCYJNYCH

Do września 2026 r. **należy usunąć wszystkie znaki FFAF** z materiałów promocyjnych i zastąpić je znakiem towarowym FSC, takim jak logo FSC.



Do września 2026 r. **należy usunąć wszystkie projekty paneli promocyjnych** z Państwa materiałów promocyjnych i zastąpić je samodzielnym logo FSC.



The mark of
responsible forestry



Należy pamiętać, że wszelkie przypadki użycia znaku towarowego muszą być wysłane do zatwierdzenia do lokalnego biura FSC. Dotyczy to również aktualizacji grafiki w celu dostosowania jej do niniejszych wytycznych.

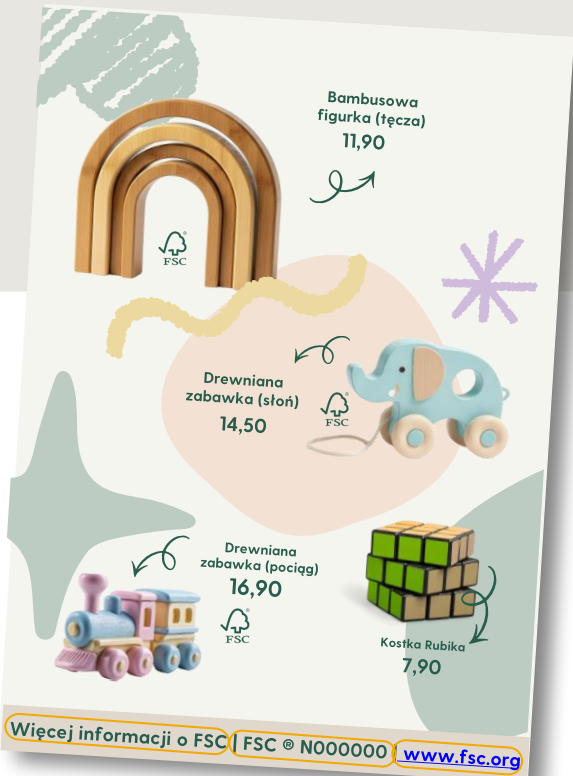


PRAWIDŁOWE UŻYWANIE LOGO, SKRÓTU I PEŁNEJ NAZWY FSC

W przypadku każdego użycia znaków towarowych FSC należy podać:

- kod licencji FSC (np. FSC N000000) oraz
- jedno oświadczenie promocyjne na każdym materiale.

Wszystkie oświadczenia promocyjne muszą zawierać adres strony internetowej FSC: www.fsc.org



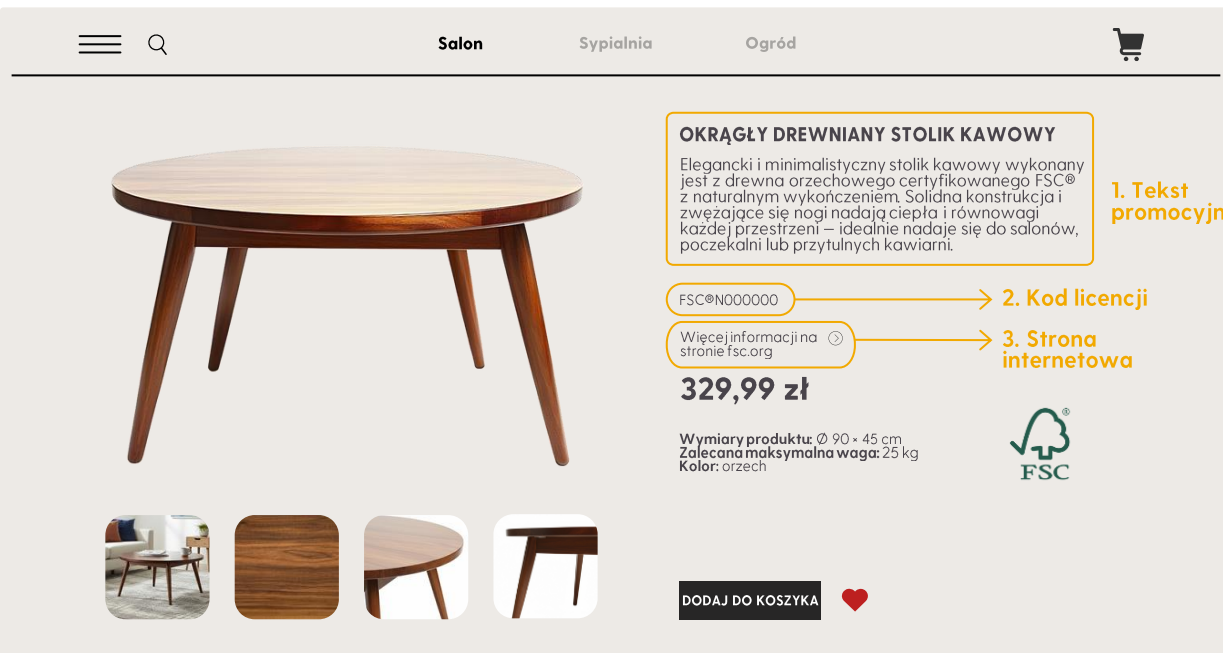
1. Tekst promocyjny **2. Kod licencyjny** **3. Strona internetowa**

NIE WOLNO stosować obramowania ani zamkniętej ramki wokół obowiązkowych elementów.

NIE WOLNO przedstawiać elementów promocyjnych w układzie graficznym przypominającym etykietę FSC lub projekt panelu promocyjnego.

Wymagania dla produktów w sklepach internetowych*

*W przypadku e-commerce i sklepów internetowych każda oferta produktowa jest traktowana jako oddzielne wykorzystanie promocyjne. Dlatego musi zawierać wszystkie obowiązkowe elementy z listy kontrolnej (grafika poniżej - elementy: 1, 2, 3).



OKRĄGŁY DREWNIANY STOLIK KAWOWY

Elegancki i minimalistyczny stolik kawowy wykonany jest z drewna orzechowego certyfikowanego FSC® z naturalnym wykończeniem. Solidna konstrukcja i zwężające się nogi nadają ciepłą i równowagę każdej przestrzeni – idealnie nadaje się do salonów, poczekalni lub przytulnych kawiarni.

1. Tekst promocyjny

FSC®N000000 → **2. Kod licencji**

Więcej informacji na stronie www.fsc.org → **3. Strona internetowa**

329,99 zł

Wymiary produktu: Ø 90 x 45 cm
Zalecana maksymalna waga: 25 kg
Kolor: orzech

FSC

DODAJ DO KOSZYKA

WYTYCZNE DLA PAŃSTWA DOSTAWCÓW POSIADAJĄCYCH CERTYFIKAT FSC

Dostawcy posiadający certyfikat FSC mogą dostosować się do wymagań EmpCo, wprowadzając zmiany w etykiecie FSC umieszczonej na produkcie. Dostosowanie to nie wymaga przejścia na najnowszą wersję standardu dot. znaków towarowych FSC-STD-50-001 V3, ponieważ wszystkie sugerowane zmiany są zgodne z FSC-STD-50-001 V2-1*.

*Należy pamiętać, że wszelkie użycie znaku towarowego musi być zgodne z wymogami FSC-STD-50-001 V2-1. Sugerowane zmiany zaznaczone w sekcji wytycznych koncentrują się na aspektach, które nie są obecnie obowiązkowe zgodnie z FSC-STD-50-001 V2-1 (lub są obowiązkowe tylko w niektórych sytuacjach), ale są ważne dla dostosowania użycia znaku towarowego FSC w kontekście EmpCo.

1. ZAWSZE NALEŻY STOSOWAĆ ETYKIETĘ PRODUKTOWĄ FSC ZE WSZYSTKIMI OBOWIĄZKOWYMI ELEMENTAMI



Obowiązkowe

Obowiązkowe



Wiele materiałów certyfikowanych FSC:

Jeśli produkt zawiera więcej niż jeden materiał certyfikowany FSC, **naależy wymienić wszystkie certyfikowane materiały na etykiecie.**

Etykiety z wieloma typami produktów zostaną udostępnione w FSC Brand Hub najpóźniej w lipcu 2026 r.



Wyjaśnienie: Jeśli sam rodzaj produktu nie zapewnia wystarczającej jasności, **naależy dołączyć dodatkowy opis, który wyjaśnia do czego odnosi się etykieta FSC.**

Np.: Etykieta FSC odnosi się do arkuszy papieru.

Typ produktu „Papier” może odnosić się zarówno do papieru do kopiowania, jak i opakowań papierowych, co jest niejasne.

