



Forest Stewardship Council®

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТАНДАРТ FSC

Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями

FSC-STD-50-002 Версия 1-0 РУС

Название:	Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями
Код документа:	FSC-STD-50-002 Версия 1-0 РУС
Область применения:	Международный
Дата утверждения:	7 июня 2012 года
Дата введения в действие:	Настоящий стандарт вступает в действие немедленно. Пользователи, не имеющие сертификатов, должны выполнить требования к 30 июня 2013 г. Имеющиеся рекламные материалы, утвержденные до даты введения в действие, могут и в дальнейшем использоваться и распространяться до окончания их запаса.
Утверждено:	Генеральный директор FSC
Контактное подразделение:	FSC International Center – Отдел по товарным знакам Charles-de-Gaulle-Str. 5 53113 Bonn, Germany Тел.: +49-228 / 367-66-0 Факс: +49-228 / 367-6630 E-mail: trademark@fsc.org

© 2012 Forest Stewardship Council A.C. Все права охраняются.

Никакая часть данного документа, охраняемого законом об авторском праве издателя, не может быть воспроизведена или скопирована в любой форме или любыми средствами (графическими, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись, запись на магнитных носителях, или путем съема информации) без письменного разрешения издателя.

Печатные копии документа используются только для справочных целей. Для уточнения последней версии документа нужно проверить электронную копию документа на сайте FSC (www.fsc.org).

The Forest Stewardship Council® (FSC®) (Лесной попечительский совет) – это независимая, некоммерческая, негосударственная организация, основанная для поддержки экологически приемлемого, социально выгодного и экономически жизнеспособного управления мировыми лесами.

Видение FSC заключается в соблюдении при управлении мировыми лесами социальных, экологических и экономических прав и потребностей настоящего поколения без ущемления указанных прав будущих поколений.

Вступление

Товарные знаки FSC являются главным инструментом для организаций, стремящихся информировать общество о закупке лесопродукции из ответственных источников или желающих продвигать стандарты надлежащего управления лесами. Отслеживание и маркировка продукции FSC производится согласно системе цепочки поставок, которая позволяет покупателям различить такую продукцию в магазинах и в рекламных материалах. Важно, чтобы товарные знаки использовались правильно, и заявления не ассоциировались с несертифицированной продукцией или со свойствами продукции, на которые не распространяется сертификация FSC.

Выполняя настоящий стандарт, FSC стремится достичь компромисса между широтой и простотой использования товарных знаков и целостностью и надежностью системы FSC.

Любая организация, имеющая действительный сертификат цепочки поставок, вправе производить и упаковывать продукцию и наносить на нее этикетку FSC. (Более подробную информацию об использовании товарных знаков FSC сертифицированными FSC организациями, пожалуйста, см. FSC-STD-50-001 *Требования к использованию товарных знаков FSC владельцами сертификатов*). Однако, в определенных обстоятельствах организации, не имеющие сертификатов, такие как компании розничной торговли, собственники брендов и конечные пользователи, могут подать заявку на получение лицензии на использование товарного знака с целью продвижения сертифицированной FSC продукции, которую они продают или используют в своей коммерческой деятельности.

Настоящий стандарт также распространяется на использование товарных знаков FSC для продвижения системы FSC некоммерческими организациями, такими как природоохранные организации, образовательные учреждения и средства массовой информации, либо организации, указывающие услуги по сертификации FSC.

Настоящий документ устанавливает основополагающие правила и графические образцы, применяющиеся ко всем категориям пользователей товарного знака, от которых не требуется прохождение сертификации FSC. FSC может также предоставить специальное руководство для каждой группы, которое должно использоваться вместе с настоящим стандартом.

Настоящий стандарт распространяется на следующие виды использования товарного знака несертифицированными организациями:

- Использование в рекламных целях организациями, которые согласно стандарту FSC-STD-40-004, не обязаны проходить сертификацию FSC (например, для продвижения сертифицированной FSC продукции или продвижения FSC как системы)
- В образовательных или научных целях
- Средствами массовой информации (например, в пресс-релизах, телевизионной рекламе)
- Продвижение услуг по сертификации органами по сертификации и их аффилированными представительствами.

Несертифицированным организациям, не знающим, к какой категории относится их предполагаемое использование товарных знаков, следует обратиться к поставщику услуг по товарным знакам FSC или в FSC International.

Рекомендации по использованию настоящего стандарта

Все аспекты настоящего стандарта являются нормативными для всех приемлемых групп пользователей помимо владельцев сертификатов FSC, в том числе область применения, FSC-STD-50-002 (V1-0) Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями

© 2012 Forest Stewardship Council A.C. All rights reserved.

дата введения в действие, ссылки, термины и определения и приложения, если не указано иное.

Содержание

- A** Область применения
 - B** Ссылки
 - C** Нормативные документы FSC, заменяемые настоящим стандартом:
 - D** Термины и определения
-
- 1.** Допустимые способы применения товарных знаков FSC несертифицированными пользователями
 - 2.** Общие требования
 - 3.** Подача заявки на использование товарных знаков FSC
 - 4.** Использование товарных знаков FSC для продвижения сертифицированной FSC продукции
 - 5.** Использование товарных знаков FSC в образовательных или научных целях
 - 6.** Использование товарных знаков FSC консультантами, обучающими компаниями и инвестиционными организациями
 - 7.** Использование товарных знаков FSC средствами массовой информации
 - 8.** Использование в рекламных целях органами по сертификации и их аффилированными представительствами
 - 9.** Графические требования к товарным знакам FSC
 - 10.** Товарные знаки FSC в тексте
 - 11.** Требования к размеру, шрифту и размещению
 - 12.** Требования к цвету рекламной панели FSC и логотипу FSC
 - 13.** Ограничения использования товарных знаков FSC

Приложение 1: Регистрация товарных знаков по странам и типу

A Область применения

Международный стандарт должен использоваться как нормативный документ по использованию товарного знака FSC в рекламных целях всеми приемлемыми категориями пользователей, для которых сертификация FSC не является обязательной согласно стандарту цепочки поставок FSC-STD-40-004, в образовательных целях, на информационной продукции и органами по сертификации и их аффилированными представительствами.

B Ссылки

Следующие документы, на которые даются ссылки, являются обязательными для применения настоящего документа. Если в ссылке не указан номер документа, применяется последняя версия такого документа (со всеми поправками):

FSC-STD-01-002 Словарь терминов FSC

FSC-STD-40-004 Стандарт FSC сертификации цепочки поставок

FSC-STD-50-001 Требования к использованию товарных знаков FSC владельцами сертификатов

ИСО 14021:1999 Этикетки и декларации экологические – Самодекларируемые экологические заявления (экологическая маркировка по типу 2).

C Нормативные документы FSC, заменяемые настоящим стандартом:

FSC-TMK-50-201 Требования FSC к использованию товарных знаков FSC в рекламных целях владельцами сертификатов и несертифицированными коммерческими организациями (2007) – все части, применимые к пользователям, не имеющим сертификатов

D Термины и определения

В целях настоящего международного стандарта применяются термины и определения, приведенные в FSC-STD-01-002 *Словарь терминов FSC*, и следующие термины и определения:

Аффилированные представительства: Юридическое лицо, не подлежащее организационному контролю со стороны органа по сертификации, оказывающее все или любые аккредитованные FSC услуги по сертификации.

ПРИМЕЧАНИЕ: Использование отдельных внешних сотрудников, например, аудиторов или технических экспертов, работающих по договору, не считается аффилированным представительством.

Сертификат: Сертификат FSC, выданный аккредитованным FSC органом по сертификации.

Орган по сертификации (ОС): Организация, аккредитованная для оказания услуг по сертификации FSC.

Цепочка поставок: Путь, проходимый сырьем, обработанными материалами и продукцией от леса (и/или вторичных источников) до потребителя, включающий все последовательные стадии переработки, трансформации, производства и распространения.

Готовый продукт: Продукт, не подлежащий дальнейшей трансформации в части переработки, маркировки или упаковывания до применения по назначению.

FSC-STD-50-002 (V1-0) Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями

Сертифицированный FSC: Продукт, процесс или услуга, сертифицированные аккредитованным FSC органом по сертификации, отвечающие требованиям применимого и утвержденного стандарта FSC.

Этикетка FSC «на продукции»: Пример графического оформления этикетки, состоящей из логотипа FSC и других необходимых элементов, для использования товарных знаков FSC на продукции.

Логотип FSC: Логотип FSC в виде дерева с буквами «FSC», располагающимися под ним, включая символ регистрации или товарного знака в правом верхнем углу

Код лицензии товарного знака FSC: Идентификационный код, выданный организациям, подписавшим Лицензионное соглашение FSC. Для несертифицированных пользователей код имеет вид FSC® N#####, а для органов по сертификации – FSC® A#####. Он используется для проверки организации по базе данных держателей лицензий FSC и должен добавляться в каждом случае использования товарных знаков FSC.

Товарные знаки FSC: FSC владеет тремя товарными знаками: а) логотип FSC в виде дерева, b) аббревиатура «FSC» и c) название «Forest Stewardship Council».

Организация: Компания, орган власти, НПО или учреждение, как государственное, так и частное, не имеющее сертификата FSC, но желающее использовать товарные знаки FSC в рекламных целях

Рекламная панель: Редактируемый логотип FSC и рекламное заявление установленной формы, к которым можно добавить код лицензии пользователя.

Лицензионное соглашение по товарному знаку FSC: Соглашение и юридический документ, подписанные организацией (лицензиат) и FSC (лицензиар) с целью предоставления лицензиату специального разрешения на использование товарных знаков FSC (Лицензированных материалов) на определенной территории или на международном уровне.

Поставщик услуг по товарному знаку: Организация (такая как Национальное или региональное представительство FSC или FSC International), назначенное FSC для выдачи сублицензий на использование товарных знаков FSC на определенной территории и оказание услуг, таких как разрешение использования товарных знаков FSC и отслеживание потенциальных нарушений.

Словесные формы выражения положения

[Адаптировано из *Директив ИСО/МЭК, Часть 2: Правила построения и разработки международных стандартов*]

«*должен*» указывает на строгое выполнение требования в целях достижения соответствия стандарту.

«*следует*» указывает, что из нескольких возможностей рекомендуется одна как наиболее подходящая без упоминания или исключения других, или что определенный порядок действий является предпочтительным, но не обязательным.

«*можно*» указывает на допустимость порядка действий в рамках документа.

«*может*» используется для обозначения возможности и способности, как материальной, так и физической и условной.

1 Допустимые способы применения товарных знаков FSC несертифицированными пользователями

- 1.1 Настоящий стандарт распространяется на следующие виды использования товарных знаков FSC несертифицированными организациями, далее именуемыми «организации»:
- a) Использование в рекламных целях организациями, которые согласно стандарту FSC-STD-40-004, не обязаны проходить сертификацию FSC (например, для продвижения сертифицированной FSC продукции или продвижения FSC как системы)
 - b) В образовательных или научных целях
 - c) Средствами массовой информации (например, в пресс-релизах, телевизионной рекламе)
 - d) Продвижение услуг по сертификации органами по сертификации и их аффилированными представительствами.

2 Общие требования

- 2.1 Лесной Попечительский совет (FSC) владеет тремя зарегистрированными товарными знаками:
- Логотип FSC в виде дерева (далее «логотип FSC»)
 - Аббревиатурой «FSC»
 - Названием «Forest Stewardship Council» (Лесной попечительский совет).
- 2.2 Товарные знаки FSC не должны применяться способом, который может привести к путанице, неправильной интерпретации или утрате доверия к схеме сертификации FSC.
- 2.3 Сертифицированная FSC продукция, которая будет продвигаться, должна иметь этикетку FSC «на продукции». Исключения из этого правила должны определяться FSC International в каждом конкретном случае.
- 2.4 Название «Forest Stewardship Council» в материалах организации не должно заменяться переводным названием.

ПРИМЕЧАНИЕ: Перевод названия может быть добавлен в скобках, но он не должен замещать слова «Forest Stewardship Council».

- 2.5 Не допускается применение товарных знаков FSC вместе со знаками других схем лесной сертификации способом, который подразумевает эквивалентность, или способом, который может быть невыгодным для товарных знаков FSC из-за размера или места расположения такого знака.
- 2.6 FSC оставляет за собой право приостанавливать или отзываться лицензионное соглашение в случае невыполнения организацией требований к товарному знаку FSC, установленных в настоящем стандарте.
- 2.7 Интерпретация требований настоящего стандарта относится на полное усмотрение FSC.

3 Подача заявки на использование товарных знаков FSC

- 3.1 Организации, желающие получить разрешение на использование товарных знаков FSC, должны подать заявку:

FSC-STD-50-002 (V1-0) Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями

- a) Национальному или региональному поставщику услуг по товарному знаку или
- b) в FSC International при отсутствии поставщика услуг по товарным знакам FSC.

ПРИМЕЧАНИЕ: В случае возникновения сомнений организации рекомендуется связаться с FSC International для получения более подробной информации.

- 3.2 Организации, желающие использовать товарные знаки FSC в коммерческих целях, должны подписать Лицензионное соглашение об использовании товарного знака с поставщиком услуг по товарным знакам FSC или с FSC International, в зависимости от ситуации. Образовательные или научно-исследовательские организации и средства массовой информации не обязаны подписывать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков FSC.

ПРИМЕЧАНИЕ: Использование товарных знаков FSC органами по сертификации и их аффилированными представительствами покрывается аккредитационным соглашением вместе с лицензионным соглашением об использовании товарных знаков.

- 3.3 Международные организации или группы компаний, имеющие общего владельца, могут выбрать один из приведенных ниже вариантов:
- a) Подписать отдельное лицензионное соглашение об использовании товарных знаков с поставщиком услуг по товарным знакам FSC в каждой из стран, в которых они осуществляют свою деятельность
 - b) Подписать отдельное лицензионное соглашение об использовании товарных знаков от всей группы с поставщиком услуг по товарным знакам FSC в стране, в которой находится материнская компания, или с лицом, выступающим от имени FSC International.
- 3.4 Холдинговая или материнская компания (которая не обязана проходить сертификацию FSC), владеющая несколькими сертифицированными компаниями, или сертифицированные филиалы которой не имеют общего кода лицензии, должна получить разрешение от своего органа по сертификации или подписать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков в рекламных целях (например, для разработки рекламных материалов для всей группы) при следующих условиях:
- a) Лицензионное соглашение об использовании товарных знаков с FSC International или с лицом, выступающим от имени FSC International.
 - b) Если филиалы используют рекламные материалы, изготовленные холдинговой или материнской компанией, они должны хранить копию утверждения товарного знака, предоставленную материнской компанией, для представления органам по сертификации по требованию последних.
 - c) Если у компании есть и сертифицированные и несертифицированные виды деятельности, товарные знаки не должны использоваться таким образом, чтобы казалось, что они применяются к несертифицированным видам деятельности или к компании в целом.

- 3.5 После подписания лицензионного соглашения об использовании товарных знаков организация должна получить индивидуальный код лицензии, который должен указываться во всех случаях использования товарных знаков FSC.

Организация не должна использовать в рекламных целях коды своих поставщиков.

- 3.6 Организация должна представить шаблоны всех новых способов воспроизведения товарных знаков FSC на утверждение своему поставщику услуг по товарным знакам FSC или FSC International, когда применимо, если не указано иное. Повторное использование может не потребовать предварительного утверждения, если, по мнению поставщика услуг по товарным знакам FSC или FSC International, владелец лицензии предоставил подтверждение правильного использования товарного знака. В таком случае возможно заключение соглашения о регулярном пересмотре.

4 Использование товарных знаков FSC для продвижения сертифицированной FSC продукции

- 4.1 Организации, желающие продвигать сертифицированную FSC продукцию, должны:
- a) Представить произведение или рекламный материал на утвержденные своему поставщику услуг по товарным знакам FSC (или в FSC International, когда применимо).
 - b) Представить подтверждение того, что продукт сертифицирован FSC. Подтверждение должно быть в форме счетов, транспортных документов или эквивалентных документов, выпущенных сертифицированным FSC поставщиком, содержащих номер сертификата цепочки поставок и правильные торговые заявления FSC, в которых обозначается, какая продукция является сертифицированной.

5 Использование товарных знаков FSC в образовательных или научных целях

- 5.1 Образовательные или научно-исследовательские организации и средства массовой информации не обязаны подписывать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков FSC. Тем не менее, они должны запрашивать разрешение на использование товарных знаков FSC у поставщика услуг по товарным знакам FSC или у FSC International.
- 5.2 Во всех таких случаях выдается разовое разрешение на использование товарных знаков FSC. Образовательные или научно-исследовательские организации должны подписать и вернуть подтверждение получения товарных знаков FSC после доставки последних.

6 Использование товарных знаков FSC консультантами, обучающими компаниями и инвестиционными организациями

- 6.1 Коммерческие организации, предлагающие обучение по системам FSC, и консультанты должны подписывать лицензионные соглашения об использовании товарных знаков, для получения разрешения на использование товарных знаков FSC в учебных материалах и рекламной панели FSC в рекламных целях.
- 6.1.2 Такие соглашения не предполагают, что FSC одобряет любое обучение, если не согласовано иное, и должен взять на себя всю полноту ответственности за точность любых ссылок на FSC. Необходимо добавление пункта об отказе от ответственности: *«FSC не несет ответственности за содержание любого обучения, предлагаемого [название организации]»*.

6.2 Инвестиционные организации должны подписывать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков для получения разрешения на использование товарных знаков FSC и рекламной панели FSC в рекламных целях для продвижения инвестиционных продуктов для сертифицированных FSC лесов.

6.2.1 Любые такие заявления инвестиционных организаций должны сопровождаться пунктом об отказе от ответственности «FSC не несет ответственности и не утверждает никакие финансовые заявления о доходах по вложениям».

7 Использование товарных знаков FSC средствами массовой информации

7.1 Средства массовой информации не обязаны подписывать лицензионное соглашение об использовании товарных знаков. Они вправе свободно использовать товарные знаки FSC, если информация соответствует действительности.

7.2 Поставщик услуг по товарным знакам FSC или FSC International должны предоставлять товарные знаки FSC средствам массовой информации по запросу последних.

8 Использование в рекламных целях органами по сертификации и их аффилированными представительствами

8.1 Заявка на использование товарных знаков FSC органами по сертификации и их аффилированными представительствами должна быть утверждена обученным специалистом по утверждению использования товарных знаков органами по сертификации или направлена на утверждение напрямую FSC International.

8.2 Орган по сертификации должен рекламировать только те услуги или виды деятельности, которые входят в область действия их аккредитации.

8.3 Код лицензии на использование товарного знака должен размещаться на сертификатах FSC и на всех видах рекламы, учебных материалов или документов, выпускаемых органом по сертификации в связи с сертификацией FSC.

8.4 Если орган по сертификации имеет аффилированные представительства, оказывающие услуги по сертификации от его имени, в каждом случае использования товарных знаков FSC или ссылок на FSC в рекламных материалах должна размещаться хорошо различимая фраза следующего содержания: «оказание слуг по *сертификации FSC производится совместно с [название органа по сертификации]*».

8.5 Только органы по сертификации имеют право использовать товарные знаки FSC (например, рекламную панель FSC) на визитных карточках с заявлением «Аккредитованный FSC® орган по сертификации».

9 Графические требования к товарным знакам FSC

9.1 Организация должна использовать следующий шаблон FSC, когда применимо:

а) Организации, получившие код лицензии, должны пользоваться элементами рекламной панели FSC. Графика и текст рекламной панели приведены на Рис. 1. В соглашении с поставщиком услуг по товарным знакам FSC или

FSC-STD-50-002 (V1-0) Требования к применению товарных знаков FSC в рекламных целях несертифицированными пользователями

FSC International могут быть согласованы альтернативные шаблоны, когда применимо. Рекламное заявление и адрес интернет-сайта можно опустить из соображений экономии места.

- b) Образовательным, научно-исследовательским организациям и средствам массовой информации код лицензии не выдается, они должны использовать логотип FSC, показанный на рисунке 2.

Рис. 1: Рекламная панель FSC и ее элементы



Рисунок 2: Логотип FSC



- 9.2 С рекламной панелью FSC и логотипом FSC следует использовать рекламное заявление «Знак ответственного лесного хозяйства». Вместе с тем оно может быть опущено из соображений экономии места или в случае, когда в сопутствующем тексте приведено определение или разъяснение FSC.
- 9.3 Если товарные знаки FSC используются для определения отдельных видов сертифицированной продукции в каталоге или на интернет-сайте, рекламную панель можно разместить один раз. Если продукция находится на другой странице, рядом с панелью должны находиться ссылка или текст типа «Смотрите сертифицированную FSC продукцию». Все сертифицированные продукты должны

быть одинаково выделены при помощи одного из товарных знаков FSC (т.е. логотипа, названия или аббревиатуры).

10 Товарные знаки FSC в тексте

- 10.1 В тексте или на мелких предметах, когда размещение рекламной панели или логотипа FSC не представляется возможным, разрешается использовать упрощенный вариант («FSC[®]» или «Forest Stewardship Council[™]» в непосредственной близости к номеру лицензии).
- 10.2 В рекламных материалах следует использовать только образец товарного знака FSC или рекламную панель FSC. Если организация желает включить больше информации об FSC, она должна направить такую информацию на утверждение своему поставщику услуг по товарным знакам FSC или FSC International, когда применимо.
- 10.3 Символы товарного знака ([®] или [™] в верхнем регистре), обозначающие регистрационный статус товарного знака FSC в стране, в которой предполагается распространение сертифицированной FSC продукции или рекламных материалов (см. Приложение 1),
- a) должны сопровождать логотип FSC.
 - b) Должны добавляться к аббревиатуре «FSC» или названию «Forest Stewardship Council» при первом или важном упоминании в любом тексте (например, FSC[®] или Forest Stewardship Council[™]).

ПРИМЕЧАНИЕ: В случае использования символов товарного знака на материалах, предназначенных для распространения на международных рынках, тип символа определяется исходя из места расположения штаб-квартиры организации.

- 10.4 При ссылках на FSC или сертифицированную FSC продукцию предпочтительным термином является «ответственный», а не «устойчивый», например «ответственное лесное хозяйство» или «ответственное управление лесами».

ПРИМЕЧАНИЕ: Согласно ИСО 14021:1999 п. 5.5: «*Понятия устойчивости весьма сложны и находятся в стадии исследования. В настоящее время нет четких методов измерения устойчивости или подтверждения ее достижения. Поэтому об устойчивости нельзя делать никаких заявлений*».

11 Требования к размеру, шрифту и размещению

- 11.1 Минимальный размер логотипа FSC на рекламной панели или без фона должен быть не менее 10 мм от вершины дерева до нижней границы букв «FSC».
- 11.2 Логотип FSC минимального размера 7 мм может применяться в следующих случаях:
- a) Формат бумаги А5 или меньше.
 - b) Логотип FSC используется для обозначения отдельных видов сертифицированной FSC продукции (например, в каталогах или брошюрах).
- 11.3 Вокруг рекламной панели и/или логотипа FSC должно быть достаточно незанятого пространства, чтобы панель не была перекрыта. Минимальная площадь рассчитывается исходя из высоты аббревиатуры FSC на логотипе (см. рисунок 3).

Рисунок 3: Пример размещения



11.4 Все элементы рекламной панели должны быть различимы.

12 Требования к цвету рекламной панели FSC и логотипу FSC

12.1 Стандартным предпочтительным цветом рекламной панели является зеленый позитив, который должен воспроизводиться в цвете Pantone 626C (см. рисунок 4). В качестве альтернативы можно использовать зеленый негатив и черно-белый (позитив или негатив) (см. рисунок 5 и рисунок 6).

Рисунок 4: Цвет Pantone 626C

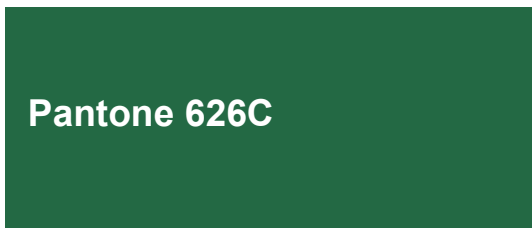


Рисунок 5: Стандартные цветовые решения рекламной панели FSC



Рисунок 6: Стандартные цвета логотипа FSC




- 12.2 Если в печатной продукции не используются зеленый, черный или белый цвета, рекламная панель FSC и логотип FSC могут быть воспроизведены при помощи самого темного из имеющихся оттенков цвета при условии, что контрастность обеспечивает различимость.
- 12.3 При невозможности использования ни одного из вышеперечисленных вариантов, рекламную панель FSC может быть выполнена прозрачной на однотонном цветном фоне при условии, что контрастность обеспечивает различимость.

ПРИМЕЧАНИЕ: Разрешается использовать элементы рекламной панели FSC или логотип на белом или темном однотонном фоне при условии, что контрастность обеспечивает различимость.

13 Ограничения использования товарных знаков FSC

- 13.1 Несертифицированные организации не вправе:
- Наносить этикетки FSC на любую продукцию или упаковку
 - Включать любую информацию о сертификации FSC продукции в торговую и транспортную документацию
 - Использовать товарные знаки FSC как часть названия продукта
 - Создавать или использовать любые шаблоны или рекламные произведения, напоминающие логотип и этикетки FSC.
 - Использовать любые этикетки продукции или рекламную панель владельца сертификата на любых рекламных материалах.
- 13.2 Все организации кроме органов по сертификации и их аффилированных представительств не вправе использовать товарные знаки FSC в рекламных целях на канцелярских принадлежностях, включая визитные карточки, или на бланках документов или рекламных материалах.
- 13.3 Несертифицированные организации не вправе использовать этикетки FSC «на продукции». Однако, в исключительных обстоятельствах, организации могут получить разрешение на использование образца этикетки FSC «на продукции» в образовательных целях при условии предварительного утверждения со стороны соответствующего поставщика услуг по товарным знакам FSC.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1: РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ ПО СТРАНАМ И ТИПУ

Страна		FSC	Forest Stewardship Council
Аргентина	®	®	®
Австралия	®	®	®
Боливия	®	®	®
Бразилия	®	®	®
Канада	®	®	®
Китай	®	®	®
Европейский Союз (ЕС)	®	®	®
Япония	®	®	®
Мексика	®	®	®
Новая Зеландия	®	®	®
Перу	®	®	TM
Россия	®	TM	®
Швейцария	®	®	®
США ⁸	®	®	TM
Другие страны ⁹	TM	TM	TM

Дата обновления: февраль 2012 г.

¹ Пожалуйста, используйте символ ® при использовании любого товарного знака на территории, принадлежащей Республике Кипр, т.к. она находится под действием системы охраны товарных знаков ЕС. Пожалуйста, используйте символ TM в северной части территории, находящейся под суверенитетом Турецкой Республики Северного Кипра, поскольку она не является частью ЕС.

² Гренландия и Фарерские острова не подпадают под систему защиты товарных знаков ЕС, необходимо использовать символ TM.

³ Аландские острова включены как часть системы защиты товарных знаков Европейского сообщества. Необходимо использовать символ ®.

⁴ Необходимо использовать символ ® во французских заморских департаментах: Гваделупе, Мартинике, Реюньоне и Гайане. Французские заморские территории: Французская Полинезия, Майотта, Сен-Бартелеми, Сен-Мартен, Сен-Пьер и Микелон, о-ва Уоллис и Футуна не входят в систему защиты товарных знаков ЕС. Пожалуйста, используйте в этих государствах символ TM.

⁵ Пожалуйста, используйте символ TM в следующих государствах: Кюрасао, Сен-Мартен, Бонайре и Сент-Юстатius, поскольку они не входят в систему защиты товарных знаков ЕС.

⁶ Необходимо использовать символ ® на Азорских о-вах и о-ве Мадейра. Они входят в систему защиты товарных знаков ЕС, и на них распространяется суверенитет Португалии.

⁷ Необходимо использовать символ ® на Канарских о-вах и в г. Сейта и Мелилья, поскольку они входят в систему защиты товарных знаков ЕС.

⁸ Система защиты товарных знаков США также распространяется на Гавайские о-ва, Пуэрто-Рико, Восточное Самоа, Виргинские о-ва США, Гуам, Федеративный штат Микронезия и о-ва Мидуэй. Необходимо использовать символы, установленные в США.

⁹ Следует иметь в виду, что настоящая таблица находится в доработке и будет периодически обновляться.