

ZASADY UŻYWANIA ZNAKU

FAIRTRADE

Wymagane

Niniejsze wytyczne obowiązują na wszystkich rynkach, gdzie udziela się licencji na stosowanie znaku Fairtrade.



WYDANIE 2 – WIOSNA 2018
FAIRTRADE INTERNATIONAL





JAK KORZYSTAĆ Z WYTTCZNYCH

Znak FAIRTRADE jest najbardziej rozpoznawanym znakiem etycznym na świecie. Niniejsze wytyczne zawierają wskazówki dotyczące stosowania znaku oraz terminu Fairtrade. Opracowano je z myślą o ochronie wartości związanych ze znakiem FAIRTRADE. Znak FAIRTRADE symbolizuje poprawę pozycji producentów na światowym rynku, wspierając ich w procesie podnoszenia jakości życia swoich rodzin i społeczności lokalnych. Dlatego tak ważne jest, aby stosować go prawidłowo.

Nie należy pomijać Części I niniejszych wytycznych. Zawarto w niej ogólne informacje na temat stosowania znaku i terminu FAIRTRADE. W kolejnych częściach przedstawiono przykłady konkretnych zastosowań. Ten sam temat może być omówiony w różnych częściach wytycznych, a poszczególne części się uzupełniają.

Niniejsze obszernie wytyczne przedstawiają większość typów opakowań i zastosowań promocyjnych, ale oczywiście nie mogą obejmować wszystkich. Aby uzyskać dodatkowe wyjaśnienia lub dalsze porady co do stosowania znaku FAIRTRADE, należy skontaktować się z Fairtrade Polska. Dane kontaktowe znajdują się na końcu dokumentu.

Przestrzeganie instrukcji przedstawionych w tych wytycznych jest obowiązkowe.

CZĘŚĆ PIERWSZA PODSTAWY

1.1 O Fairtrade	
Wizja Fairtrade	04
Wartości Fairtrade	05
Struktura organizacyjna	06
System Fairtrade	07
Znak FAIRTRADE	08
Znak FSI	09
1.2 Znak FAIRTRADE	10
Znaczenie znaku	11
Wolna przestrzeń	12
Kolory	13
Wersje międzynarodowe	14
Max Havelaar	16
Ochrona znaku	18
Zastosowanie na tłach o różnych kolorach i wzorach	19
Położenie względem innych znaków	20
Rozmiar i proporcje	21
Przewodnik po rozmiarach	22

CZĘŚĆ DRUGA OPAKOWANIA

2.1 Kluczowe elementy opakowań	24
Kluczowe elementy na opakowaniu	25
Omówienie elementów opakowania	27
Umieszczenie znaku – hierarchia marki	28
Umieszczenie znaku – przód opakowania	29
Umieszczenie znaku – krawędź opakowania	30
Nazwa i opis produktu	31
Opakowania zbiorcze w sprzedaży detalicznej	32
Transport	33
Wymagania dotyczące opakowań – lista kontrolna	34
2.2 Wymagania szczegółowe	35
Żywność i napoje	
Owoce i warzywa	36
Napoje	41
Napoje alkoholowe	43
Produkty nieżywnościowe	
Kwiaty	46
Rośliny	51
Cebulki	52
Młody materiał roślinny	53
Piłki sportowe	54

CZĘŚĆ DRUGA KONTYNUACJA

2.3 Teksty o Fairtrade	56
Przegląd	57
Fizyczna identyfikowalność	58
Bilans masy	59
Identyfikowalność mieszana	60

CZĘŚĆ TRZECIA MATERIAŁY PROMOCYJNE

3.1 Promowanie produktów Fairtrade	62
Przegląd	63
HoReCa	64
HoReCa, sprzedaż detaliczna	66
Sprzedaż detaliczna	67
Automaty sprzedające	68
Reklama drukowana i internetowa	71
Prasa i wydarzenia	72
Zastosowania cyfrowe	73

CZĘŚĆ CZWARTA NIEZBĘDNE INFORMACJE

4.1 Aneksy	74
Zatwierdzanie projektu graficznego	76
Obowiązki licencjobiorcy	76
Zastrzeżenia	77
Ochrona znaku	78
Zasady pisowni słowa Fairtrade oraz wyjaśnienie pojęć graficznych	79
Słowniczek	80
Dane kontaktowe	81

01

CZĘŚĆ PIERWSZA

1.1 0 FAIRTRADE

W TEJ SEKCJI WYJAŚNIAMY,
CZYM JEST FAIRTRADE

WIZJA FAIRTRADE

Wizja Fairtrade to świat, w którym wszyscy producenci mogą cieszyć się bezpiecznym, zrównoważonym źródłem utrzymania, realizować swój potencjał i decydować o swojej przyszłości.

Naszą aspiracją jest przekształcenie globalnego handlu przez promowanie sprawiedliwszych warunków handlowych. Aby to osiągnąć, Fairtrade przyjmie rolę przewodnika na drodze zrównoważonego rozwoju, wywierając głębszy wpływ na życie większej liczby ludzi niż jakikolwiek inny system etycznej certyfikacji.

Jak rozumieć oraz jak mówić o Fairtrade

Fairtrade to globalna organizacja działająca na rzecz zapewnienia lepszych warunków rolnikom i pracownikom.

Fairtrade wierzy, że handel może być podstawowym czynnikiem redukcji ubóstwa i zrównoważonego rozwoju. Wymaga to jednak zmiany podejścia do handlu i wprowadzenia większej niż dotychczas równości i transparentności.

Ludzie mogą przezwyciężyć niekorzystne położenie i marginalizację, jeśli umożliwi im się przejęcie większej kontroli nad swoją pracą i życiem. Kluczem do zmiany jest lepsza organizacja, wyposażenie w odpowiednie zasoby i wsparcie oraz dostęp

do światowego rynku na sprawiedliwych warunkach.

Fairtrade wierzy, że ludzie, przedsiębiorstwa i instytucje społeczeństwa obywatelskiego w krajach rozwiniętych popierają taki sposób prowadzenia handlu. Szczególnie, kiedy rozumieją potrzeby producentów i możliwości, jakie daje im Fairtrade.

Rozwój Fairtrade jest napędzany przez świadome wybory konsumentów i dążenie firm do spełniania oczekiwań klientów w zakresie etycznej produkcji. Te dwa elementy stanowią podstawę do szerszych kampanii na rzecz reformowania zasad

międzynarodowego handlu i tworzenia bardziej sprawiedliwego systemu gospodarczego.

Nasze priorytety to poszerzanie i pogłębianie wsparcia oferowanego rolnikom i pracownikom oraz wzmacnianie rozpoznawalności znaku Fairtrade. Oznacza to także zapewnianie większej przejrzystości w zakresie składu produktów Fairtrade kupowanych przez naszych konsumentów.

Wartości Fairtrade to:

DZIAŁANIE UCZCIWOŚĆ SZACUNEK WYZWANIE OPTYMIZM

WSPÓLNE WARTOŚCI

Celem działań Fairtrade jest upodmiotowienie i wzmacnianie pozycji producentów z krajów rozwijających się. Wartości te wyznaczają punkt odniesienia podczas podejmowania wszelkich decyzji i działań.

DZIAŁANIE

Robimy to, co należy, skutecznie i efektywnie. Jesteśmy zdeterminowani i skupieni na celu, by osiągnąć maksymalne efekty dla jednostek i całych społeczności.

UCZCIWOŚĆ

Aby promować sprawiedliwość i uczciwość w handlu, jesteśmy uczciwi, godni zaufania i transparentni. Działamy zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi przy zachowaniu absolutnej uczciwości.

SZACUNEK

Każdego traktujemy z szacunkiem i zrozumieniem. Cienimy różnorodność ludzi w naszej organizacji oraz tych, z którymi współpracujemy i utrzymujemy kontakty.

WYZWANIE

Dążymy do zdecydowanego zwiększenia wpływu i efektów naszych działań. Ustalamy program działań na rzecz sprawiedliwości w handlu, tworząc wzorce i standardy, zachęcając do innowacji i angażując lokalne społeczności.

OPTYMIZM

Wierzymy, że możemy zmienić życie na lepsze. Rozwijamy pomysły, szukamy możliwości i patrzymy w przyszłość z entuzjazmem.

STRUKTURA ORGANIZACYJNA

Fairtrade jest alternatywą dla konwencjonalnego handlu, opartą na partnerstwie między producentami a konsumentami. Fairtrade oferuje producentom lepsze warunki handlowe, co daje im możliwość poprawy jakości życia i planowania przyszłości. Konsumentom Fairtrade oferuje potężne narzędzie zmniejszania ubóstwa poprzez codzienne zakupy.

Znak FAIRTRADE na produkcie oznacza, że producenci i podmioty zaangażowane w import i przetwórstwo spełniają Standardy Fairtrade. Standardy te zostały opracowane po to, by niwelować nierówny układ sił w relacjach handlowych oraz przeciwstawiać się wahaniom na rynkach i niesprawiedliwościom konwencjonalnego handlu.

Ruch Sprawiedliwego Handlu jest różny w poszczególnych krajach i reprezentuje zbiorowy głos konsumentów zaniepokojonych nierównowagą w łańcuchach dostaw i zdecydowanych zmienić istniejący stan rzeczy. Od kameralnych spotkań znajomych rozmawiających o tym, dlaczego kupują to, co kupują, przez ruchy społeczeństwa obywatelskiego organizujące się w obrębie społeczności po wyborców składających petycje do rządu – to tylko niektóre przykłady popierania sprawiedliwszego handlu, przynoszącego korzyści tym, którzy uprawiają konsumowane przez nas produkty.

STRUKTURA ORGANIZACYJNA SYSTEMU FAIRTRADE

FAIRTRADE INTERNATIONAL

Fairtrade International to organizacja non-profit, która odpowiada za strategiczny kierunek rozwoju Fairtrade, ustala Standardy Fairtrade i wspiera producentów. Fairtrade International jest właścicielem znaków towarowych i certyfikacyjnych FAIRTRADE i udziela na nie sublicencji krajowym organizacjom Fairtrade (National Fairtrade Organizations - NFO), będących jej członkami.

FLOCERT

FLOCERT jest niezależną jednostką certyfikującą, należącą do Fairtrade International. Przeprowadza kontrole producentów i handlowców, sprawdzając przestrzeganie Standardów Fairtrade.

SIECI PRODUCENTÓW FAIRTRADE

Sieci producentów skupiają organizacje producentów z certyfikatem Fairtrade. Obecnie działają trzy takie sieci, reprezentujące producentów w Afryce, regionie Azji i Pacyfiku oraz Ameryce Łacińskiej i Karaibach. Za pośrednictwem tych sieci producenci Fairtrade mają wpływ na decyzje dotyczące swojej przyszłości.

KRAJOWE ORGANIZACJE FAIRTRADE

To organizacje krajowe, które wprowadzają Fairtrade w poszczególnych krajach. Obecnie w Europie, Ameryce Północnej, Japonii, Australii i Nowej Zelandii działa 19 krajowych organizacji Fairtrade. Do ich zadań należy między innymi udzielanie firmom licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE w danym kraju.

ORGANIZACJE MARKETINGOWE FAIRTRADE

To organizacje krajowe, które wprowadzają i promują Fairtrade w poszczególnych krajach, podobne do krajowych organizacji Fairtrade (NFO). W krajach tych licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE udziela bezpośrednio Fairtrade International. Organizacje marketingowe Fairtrade działają obecnie w Brazylii, Czechach, na Słowacji, Hongkongu, Indiach, na Filipinach, w Polsce, Korei Południowej oraz na Tajwanie.

O FAIRTRADE

SYSTEM FAIRTRADE

SYSTEM FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE oznacza, że produkty spełniają społeczne, ekonomiczne i środowiskowe standardy ustalone przez Fairtrade International. Znak przyznaje się produktom, nie firmom. Nie obejmuje on firm ani organizacji sprzedających produkty.

Znak FAIRTRADE reprezentuje międzynarodowy system alternatywnego handlu. Znak informuje konsumentów, że rolnicy i pracownicy otrzymują uczciwą, stabilną cenę za swoje plony czy produkty. Ta uczciwa cena pokrywa średnie koszty zrównoważonej produkcji. Kupując produkty ze znakiem FAIRTRADE, konsumenci przyczyniają się do zmiany na lepsze życia drobnych producentów i pracowników na całym świecie.

Premia Fairtrade pozwala producentom i rolnikom inwestować w rozwój działalności i poprawiać jakość życia lokalnej społeczności. Premia jest wypłacana dodatkowo, oprócz ustalonej ceny Fairtrade, a producenci demokratycznie decydują, na co ją przeznaczyć.

Rozwijając swój system działania w ciągu ostatnich 30 lat, Fairtrade podkreślał pięć kluczowych obszarów, które są szczególnie istotne zarówno dla rolników, pracowników i konsumentów. Są to: dyskryminacja ze względu na płeć, prawa pracowników, zmiany klimatu, ochrona dzieci i osób narażonych na wykorzystywanie oraz godziwe płace i dochody. Fairtrade stawia czoła tym wyzwaniom przez opracowywanie i monitorowanie Standardów Fairtrade, interwencje w konkretnych obszarach oraz uzupełniające dofinansowanie z wpłat prywatnych i publicznych.

PRODUCENT



SPOŁECZNOŚĆ



KONSUMENT



PRODUKT



O FAIRTRADE

ZNAKI FAIRTRADE

ZNAK FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE reprezentuje niezależny, cieszący się zaufaniem i szeroko rozpoznawany system certyfikacji produktów. Znak informuje konsumentów, że producenci sprzedali swe plony na zasadach Fairtrade.

Znak FAIRTRADE na opakowaniu oznacza, że zweryfikowano zgodność produktów detalicznych z międzynarodowymi Standardami Fairtrade. Wybierając produkty ze znakiem FAIRTRADE, konsumenci okazują solidarność z ich wytwórcami z krajów rozwijających się. Kupowanie produktów Fairtrade wspiera producentów w dążeniu do poprawy życia swoich rodzin i lokalnych społeczności. Produkty ze znakiem FAIRTRADE są dziś dostępne w ponad 125 krajach.

Zaktualizowaliśmy dobrze znany znak FAIRTRADE, przenosząc ® wewnątrz obramowania. Znak po lewej w górnym rzędzie wskazuje, że produkt jest w 100% Fairtrade i fizycznie identyfikowalny (np. kawa). Znak po lewej na dole oznacza, że produkt jest w 100% Fairtrade, zgodnie z zasadami bilansu masy (np. herbata).

W produkcie wieloskładnikowym, takim jak czekolada, wszystkie składniki, które mogą być Fairtrade, są pozyskiwane na warunkach Fairtrade: „wszystko co może być Fairtrade, jest Fairtrade”. W tym przypadku znak w lewym dolnym rogu podpowiada konsumentom, żeby poszukać dodatkowych informacji o znaku i składnikach Fairtrade z tyłu opakowania, gdzie ponownie pojawia się strzałka obok tekstu informacyjnego.

Zarejestrowany znak towarowy

Znak FAIRTRADE jest własnością intelektualną Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International e.V.) i jest zarejestrowanym międzynarodowo znakiem towarowym.



O FAIRTRADE

ZNAKI FAIRTRADE

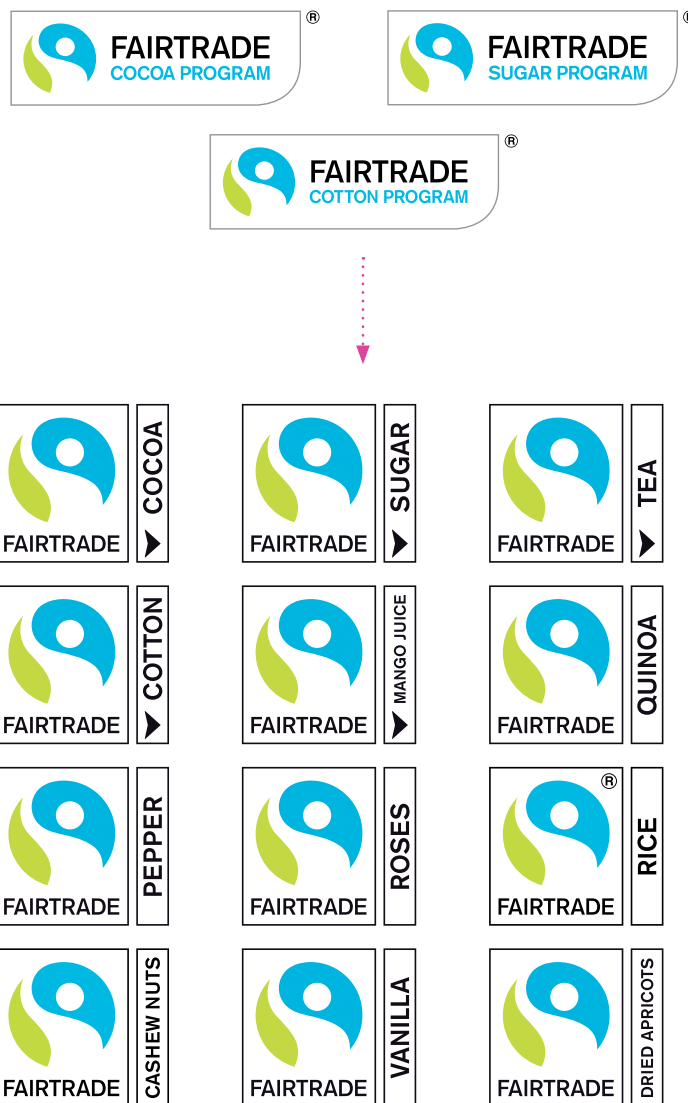
ZNAK FSI

Znak FSI jest zgodny ze znakiem FAIRTRADE – dzięki czemu jest natychmiast rozpoznawalny przez konsumentów. Różni się on jednak od przedstawionego wcześniej znaku, będąc wyrazem unowocześnionego modelu Fairtrade. Wzór znaku nawiązuje także do znaków FAIRTRADE Program i odzwierciedla rozwój modeli pozyskiwania składników Fairtrade na zasadach zapoczątkowanych przez te programy dla kakao, cukru i bawełny. Oddzielny boczny pasek z nazwą składnika zapewnia modelowi FSI elastyczność, dzięki której może on objąć wszystkie towary Fairtrade, z wyjątkiem kawy i bananów.

Produkty można opatrzyć znakiem FSI, kiedy firma podpisze umowę licencyjną FSI, a produkty zostaną zatwierdzone przez krajową organizację Fairtrade lub Fairtrade International. Jeśli firma chce zamieszczać znak FSI poza opakowaniem, to przed wykorzystaniem znaku FSI w komunikacji B2B musi zostać zweryfikowana ilość pozyskanego przez firmę surowca.

Strzałka na pasku bocznym wskazuje konsumentom, żeby poszukać dodatkowych informacji z tyłu lub z boku opakowania. W tym przypadku oznacza, że obrót składnikiem odbywa się na zasadach bilansu masy.

Przez okres przejściowy znaki FSI będą dzieliły miejsce na półkach ze znakami FAIRTRADE Program, ale dalej będą występować obok produktów ze znakiem FAIRTRADE, w miarę jak produkty FSI będą wprowadzane na rynek. Firmy używające obecnie znaków FAIRTRADE Program dla kakao, cukru i bawełny, mają maksymalnie dwa lata na przejście na nowy znak FSI. Jeśli przed upływem dwóch lat zostaną opracowane i wprowadzone do obrotu nowe opakowania, muszą już mieć znak FSI.



Znaki FAIRTRADE Program dla kakao, cukru i bawełny zostaną wycofane **do końca 2020 r.**

Produkt wieloskładnikowy z jednym składnikiem Fairtrade, opatrzony znakiem FSI.



01

CZĘŚĆ PIERWSZA

1.2 ZNAK FAIRTRADE

W TEJ SEKCJI PRZEDSTAWIAMY
W OGÓLNYM ZARYSIE ZASADY
STOSOWANIA ZNAKU FAIRTRADE

ZNAK FAIRTRADE

ZNACZENIE ZNAKU

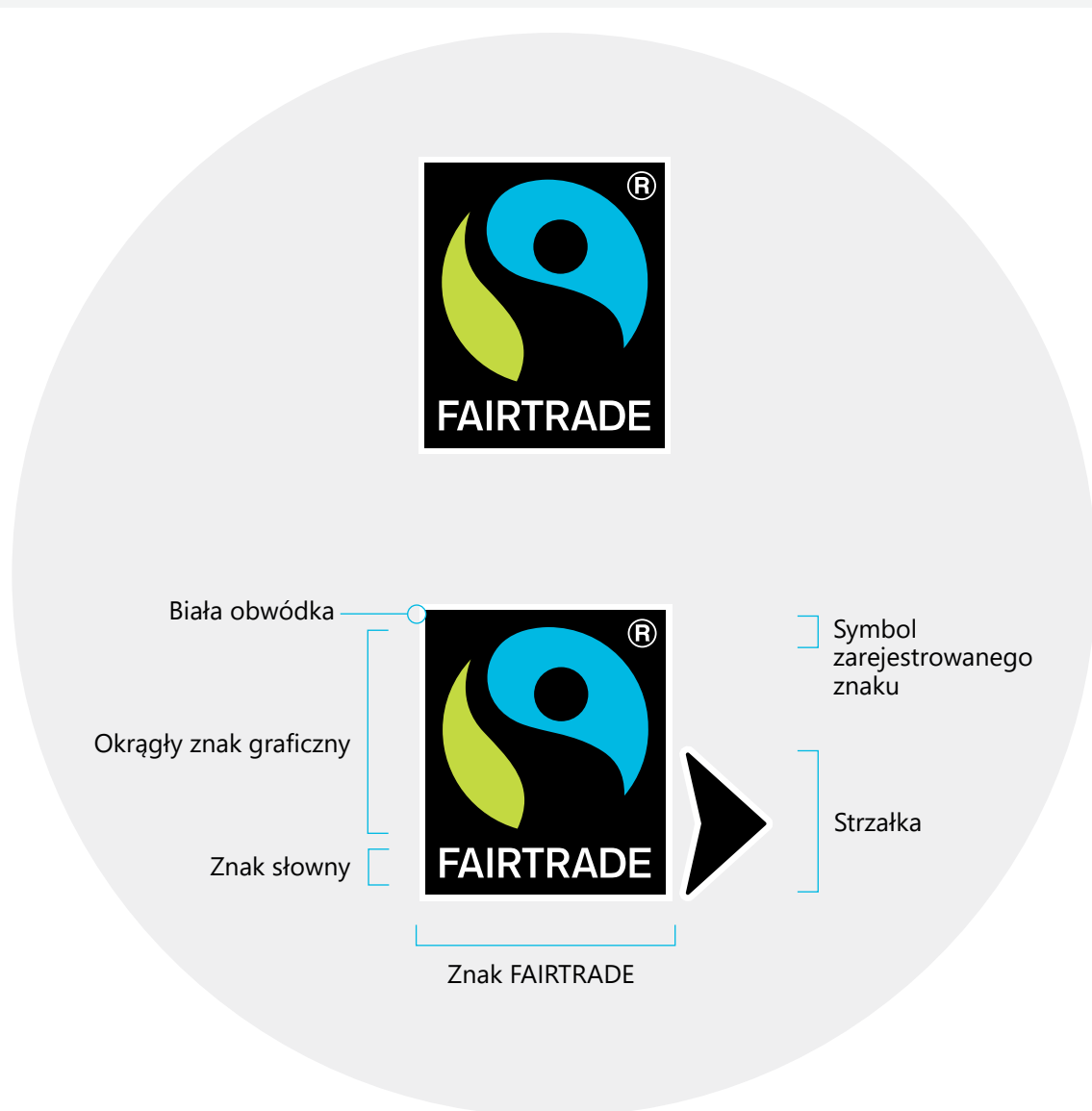
ZNAK FAIRTRADE

Znak FAIRTRADE powstał w 2002 r., aby zastąpić różne znaki krajowe stosowane przez organizacje Fairtrade. Został zaktualizowany w styczniu 2011 r. – wzór dopracowano i uproszczono, aby wyraźniej odcinał się od opakowania i był bardziej czytelny, a więc zwiększał świadomość Fairtrade – i ponownie wiosną 2018 r., aby zapewnić większą transparentność dotyczącą składu produktu (zob. s. 8).

Znak FAIRTRADE symbolizuje optymizm producentów, łącząc codzienną determinację ludzi w krajach rozwijających się z aspiracją konsumentów, aby wywrzeć pozytywny wpływ na otaczający świat. We wzorze znaku błękitne niebo oznaczające potencjał łączy się ze świeżą zielenią nowego wzrostu poprzez symbol producenta z ręką podniesioną w geście wychwalającym ludzkie wytrwałe starania i siłę.

Zarejestrowany znak certyfikacyjny i towarowy

Znak FAIRTRADE jest własnością intelektualną Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International e.V.). Jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny w Unii Europejskiej oraz zarejestrowany międzynarodowo jako znak towarowy. Znak FAIRTRADE nie wolno zmieniać, kopiować, reprodukować ani w inny sposób wykorzystywać bez wcześniejszej pisemnej zgody Fairtrade International lub krajowej organizacji Fairtrade.



MINIMALNA WOLNA PRZESTRZEŃ

Aby zachować wizualną odrębność znaku FAIRTRADE umieszczonego obok tekstu lub grafiki, trzeba zachować wokół niego wolną przestrzeń, równą połowie szerokości znaku, definiowanej jako X.

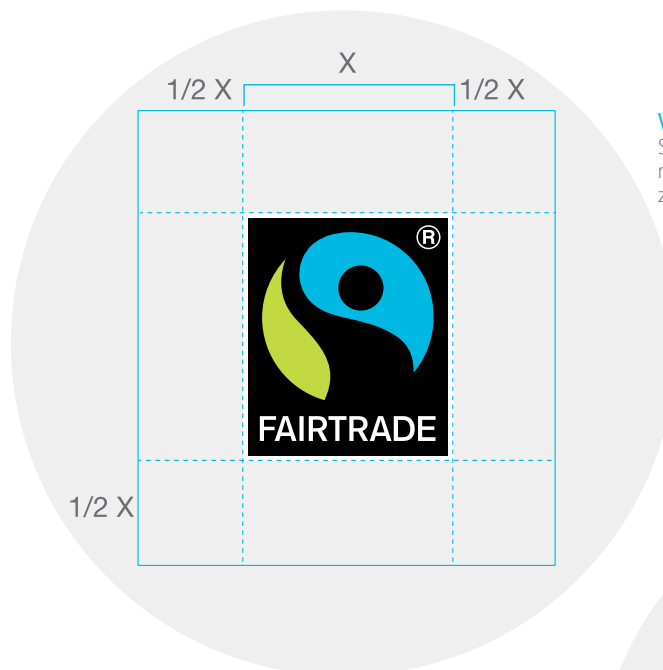
Siła oddziaływania znaku FAIRTRADE nie powinna być umniejszana przez inne elementy graficzne lub logo, dlatego żaden tekst ani grafika nie może dotykać znaku ani wchodzić na wolną przestrzeń wokół niego. Znak nie może być przytłoczony dużą ilością szczegółów. Nie może być włączony jako część innego obrazu, tekstu czy grafiki, nawet jeśli wolna przestrzeń zostanie zachowana.

Wyjątki

Kiedy miejsce jest ograniczone, np. na małych opakowaniach, metkach czy etykietkach, minimalną wolną przestrzeń można zredukować do szerokości $1/4 X$.

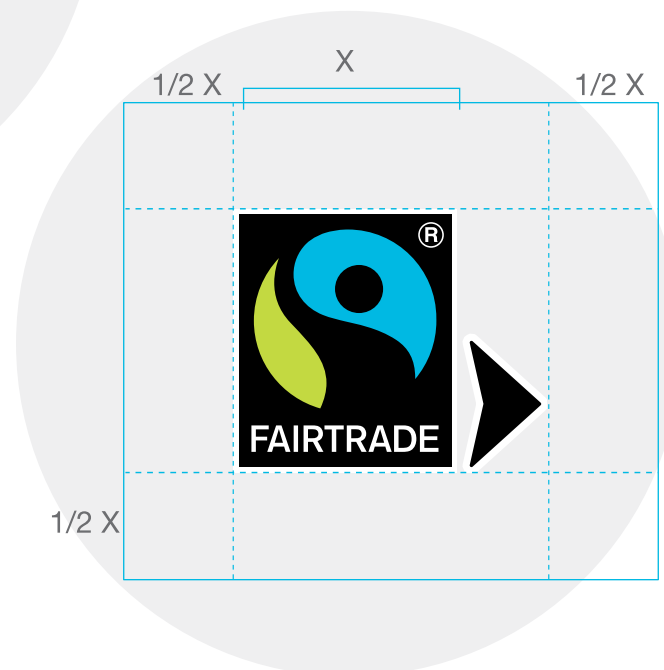
Wymiary znaku

Szerokość znaku FAIRTRADE mierzymy od krawędzi do krawędzi, z białą obwódką włącznie.



Znak ze strzałką

Wolna przestrzeń musi uwzględniać strzałkę: wolna przestrzeń zaczyna się po jej prawej stronie.



KOLORY FAIRTRADE

Zdecydowanie zaleca się stosowanie kolorowej wersji znaku FAIRTRADE. Obowiązują w niej kolory według podanej specyfikacji. Dokładne odwzorowanie tych kolorów jest kluczowe dla lepszego rozpoznawania przez konsumentów znaku FAIRTRADE na opakowaniach produktów.

Jeśli marka lub marka zależna (submarka) jest nowa lub opracowywana na nowo (np. dla linii produktów Fairtrade lub do innych celów), nie wolno używać na opakowaniu lub w materiałach promocyjnych kolorów takich samych lub zbyt podobnych do przedstawionych tu świeżej zieleni i błękitu. Chodzi o ochronę integralności znaku FAIRTRADE jako znaku certyfikacyjnego. Jeśli marka już używa zieleni i błękitów, w tym kolorów zbliżonych do przedstawionych tu świeżej zieleni i błękitu, na opakowaniu należy zastosować czarno-białą wersję znaku FAIRTRADE.

Wersja czarno-biała musi być użyta w sytuacji, gdy dany projekt w ograniczonym stopniu korzysta z kolorów.

Dopasowanie kolorów

Kolory mogą się zmieniać w zależności od partii papieru i drukarki. Prosimy o jak najbliższe dopasowanie kolorów do powlekanych wzorników Pantone.

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

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

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

Głęboka czerń
CMYK 50. 50. 50. 100
Pantone Process Black
C, Black U
RGB 30. 30. 30
HTML 1E1E1E



ZNAK FAIRTRADE

WERSJA MIĘDZYNARODOWA

WERSJE STANDARDOWE

Znak FAIRTRADE jest dostępny w wersji kolorowej oraz czarno-białej. Kolorowa wersja znaku jest najbardziej rozpoznawalna i zdecydowanie zalecana. Jeśli pojawią się trudności produkcyjne z wersją kolorową lub kiedy w grę wchodzić będą względy graficzne, można użyć wersji czarno-białej. Jeśli kolory produktu danej marki były już podobne do kolorów Fairtrade, zanim umieszczono na nich znak FAIRTRADE, trzeba zastosować wersję czarno-białą znaku FAIRTRADE (zob. poprzednia strona).

Drukowanie na podłożu kolorowym

Kiedy znak FAIRTRADE jest drukowany na kolorowym lub przezroczystym podłożu, białą obwódkę i znak słowny FAIRTRADE trzeba wydrukować w bieli jako kolorze dodatkowym.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE dostarczone przez Fairtrade International to jedyne wersje, które można stosować. Użycie jakichkolwiek innych kolorów lub przeróbek jest niedozwolone.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE, zob. dane kontaktowe na ostatniej stronie. Wersje z paskiem Max Havelaar – zob. strona 17.

Znak ze strzałką

Strzałka dołączona do znaku FAIRTRADE wskazuje konsumentom, że dodatkowe informacje znajdują z tyłu lub z boku opakowania, gdzie strzałka też musi się pojawić.



Znak kolorowy

Pliki EPS:

FM_PMS
FM_CMYK
FM_RGB



Znak czarno-biały

Pliki EPS:

FM_BW



Znak kolorowy ze strzałką

Pliki EPS:

FM_Arrow_PMS
FM_Arrow_CMYK
FM_Arrow_RGB



Znak czarno-biały ze strzałką

Pliki EPS:

FM_Arrow_BW

ZNAK FAIRTRADE

WERSJA MIĘDZYNARODOWA

WERSJE DO OGRANICZONEGO UŻYTKU

Nie zawsze da się wydrukować znak FAIRTRADE w pełnej wersji barwnej, np. kiedy druk jest ograniczony do jednego koloru albo przy drukowaniu na szorstkich czy chłonnych powierzchniach, takich jak kartony tekturowe czy tekstylia.

Znak czarny i znak biały opracowano do użycia w wyjątkowych sytuacjach, kiedy cały druk jest ograniczony do jednego koloru: czerni lub bieli. Zawsze, kiedy jest to możliwe zaleca się stosowanie pełnej wersji barwnej znaku FAIRTRADE.

Znak czarny może być drukowany tylko w czerni, a znak biały tylko w bieli. Drukowanie ich w innych kolorach jest niedozwolone.

Drukowanie na kolorowym tle

Oba znaki FAIRTRADE – czarny i biały – można drukować na kolorowym, najlepiej neutralnym tle, o ile kontrast między kolorem tła a wszystkimi elementami znaku jest wystarczający. Znaku nie wolno drukować na tłach wzorzystych, zawierających wiele szczegółów lub jednolitych tłach w jaskrawym kolorze.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE w wersji czarnej lub białej, zobacz dane kontaktowe na ostatniej stronie niniejszych wytycznych.



Znak czarny
Znak czarny jednobarwny



Pliki EPS:
FM_Black, FM_Arrow_Black



Znak biały
Znak biały jednobarwny



Pliki EPS:
FM_White, FM_Arrow_White



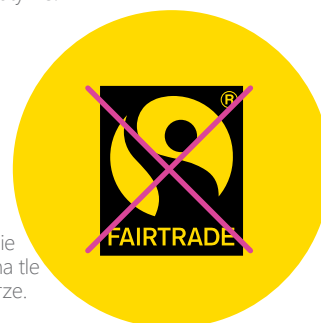
Czego unikać

Znaku czarnego nie wolno drukować na białym, bo uzyskamy wersję znaku FAIRTRADE w negatywie.



Czego unikać

Znaku czarnego ani białego nigdy nie wolno drukować w żadnym innym kolorze poza czernią lub bielą.



Czego unikać

Znaku czarnego nie wolno drukować na tle w jaskrawym kolorze.



Czego unikać

Znaku czarnego nie wolno drukować na wzorzystym tle lub na tle zawierającym dużo szczegółów.

WERSJE DLA WYBRANYCH KRAJÓW

Znak FAIRTRADE z dolnym paskiem odwołującym się do organizacji Max Havelaar jest dostępny w wersji kolorowej oraz czarno-białej.

Te wersje znaku można stosować tylko na produktach sprzedawanych w Holandii, Francji i Szwajcarii przez firmy mające siedziby w tych krajach.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE Max Havelaar dostarczone przez Fairtrade International to jedyne wersje, które można zastosować. Użycie jakichkolwiek innych wersji kolorystycznych lub przeróbek jest niedozwolone.

Obowiązują wszystkie wytyczne dla standardowych (międzynarodowych) wersji znaku.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE Max Havelaar, zobacz dane kontaktowe na ostatniej stronie niniejszych wytycznych.



Znak kolorowy

Pliki EPS:
FM_MH_PMS
FM_MH_CMYK
FM_MH_RGB



Znak czarno-biały

Pliki EPS:
FM_MH_BW



Znak kolorowy ze strzałką

Pliki EPS:
FM_MH_Arrow_PMS
FM_MH_Arrow_CMYK
FM_MH_Arrow_RGB



Znak czarno-biały ze strzałką

Pliki EPS:
FM_MH_Arrow_BW

WERSJE DO OGRANICZONEGO UŻYTKU

Nie zawsze da się wydrukować znak FAIRTRADE w pełnej wersji barwnej, np. kiedy druk jest ograniczony do jednego koloru albo przy drukowaniu na szorstkich czy chłonnych powierzchniach, takich jak kartony tekturowe czy tekstylia.

Znak czarny i znak biały opracowano do użycia w wyjątkowych sytuacjach, kiedy cały druk jest ograniczony do jednego koloru: czerni lub bieli. Zawsze, kiedy jest to możliwe zaleca się stosowanie pełnej wersji barwnej znaku FAIRTRADE.

Znak czarny może być drukowany tylko w czerni, a znak biały tylko w bieli. Drukowanie ich w innych kolorach jest niedozwolone.

Drukowanie na kolorowym tle

Oba znaki FAIRTRADE – czarny i biały – można drukować na kolorowym, najlepiej neutralnym tle, o ile kontrast między kolorem tła a wszystkimi elementami znaku jest wystarczający. Znak nie wolno drukować na tłach wzorzystych, zawierających wiele szczegółów lub jednolitych tłach w jaskrawym kolorze.

Aby zamówić plik Illustratora EPS ze znakiem FAIRTRADE Max Havelaar w wersji czarnej lub białej, zobacz dane kontaktowe na ostatniej stronie niniejszych wytycznych.



Znak czarny
Znak czarny jednobarwny



Pliki EPS:
FM_MH_Black, FM_MH_Arrow_Black



Znak biały
Znak biały jednobarwny



Pliki EPS:
FM_MH_White, FM_MH_Arrow_White



Czego unikać
Znaku czarnego nie wolno drukować na białym, bo uzyskamy wersję znaku FAIRTRADE w negatywie.



Czego unikać
Znaku czarnego ani znaku białego nigdy nie wolno drukować w żadnym innym kolorze poza czernią lub bielą.



Czego unikać
Znaku czarnego nie wolno drukować na jaskrawym tle.



Czego unikać
Znaku czarnego nie wolno drukować na wzorzystym tle lub na tle zawierającym dużo szczegółów.

NIEPRAWIDŁOWE UŻYCIE ZNAKU

Nigdy nie wolno w żaden sposób zmieniać, przerabiać ani zniekształcać znaku FAIRTRADE.

Częścią znaku jest symbol zarejestrowanego znaku towarowego ®, który musi zawsze się pojawić na znaku. W najnowszej wersji znaku symbol ® jest umieszczony wewnątrz czarnego prostokąta, a nie na zewnątrz.

Pliki ze znakiem FAIRTRADE dostarczone przez Fairtrade International to jedyne wersje, które można stosować.

Stare wersje znaku

Prosimy upewnić się, że stosowana jest najnowsza wersja znaku FAIRTRADE. Znak uaktualniono w 2018 r., a wszystkie poprzednie wersje trzeba zastąpić wersją aktualną najpóźniej do 2020 r.



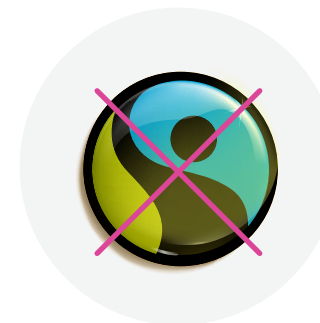
Nie można stosować starych wersji znaku z czarną obwódką wewnątrz okrągłego znaku graficznego (nieużywane od 01.2011).



Nigdy nie wolno zmieniać kolorów, czcionki i symbolu znaku towarowego.



Znak musi zawsze być przedstawiony pionowo, nigdy nie przechylony. Jedyne wyjątek: kiedy cały layout jest przechylony w tę samą stronę.



Znaku nie wolno w żaden sposób zmieniać, aby dopasować go do danego kształtu czy wzoru.



Znaku nie wolno rozciągać, zaburzać jego proporcji ani zaokrąślać krawędzi.



Znaku nie wolno reprodukować w wersji jednobarwnej, poza czernią lub bielą.



Znaku nie wolno obramowywać, wkomponowywać w grafikę ani dodawać do niego żadnych elementów.



Ze znaku nie wolno usuwać żadnych elementów.

ZNAK FAIRTRADE

UŻYCIE NA RÓŻNYCH TŁACH

ZASTOSOWANIE NA TŁACH O RÓŻNYCH KOLORACH I WZORACH

Znak FAIRTRADE, włącznie z zarejestrowanym symbolem znaku towarowego ®, musi być zawsze wyraźnie widoczny i niezastłonięty żadnym innym elementem graficznym ani wzorem tła. Jeśli znak jest drukowany na tle innym niż białe, nie wolno usuwać białej obwódki znaku, a symbol zarejestrowanego znaku towarowego musi być czytelny.

Właściwe zastosowanie znaku na różnych tłach powinno dawać najwyższy możliwy kontrast między znakiem, symbolem zarejestrowanego znaku towarowego ®, a tłem.

Tła z dużą ilością szczegółów

Jest znak jest umieszczony na tle z bardzo dużą ilością szczegółów, wokół znaku trzeba dodać równe obramowanie. Obramowanie powinno mieć szerokość połowy minimalnej wolnej przestrzeni (1/4X, zob. strona 12) i może być jednolicie białe lub w bieli o różnym stopniu przezroczystości, tak aby osiągnąć maksymalny efekt wyodrębnienia znaku z tła. Obramowanie może też być czarne, ale żadne inne kolory nie są dozwolone.



Znak na ciemnym, ale spokojnym tle.



Białe obramowanie na tle z dużą ilością szczegółów.



Tło z bardzo dużą ilością szczegółów, znak nie jest wyraźnie widoczny.



Znak na jasnym, spokojnym tle.



Białe obramowanie na tle z dużą ilością szczegółów.



Tło z bardzo dużą ilością szczegółów, znak nie jest wyraźnie widoczny.

POŁOŻENIE WZGLĘDEM INNYCH ZNAKÓW

Poniższe uwagi odnoszą się do położenia znaku FAIRTRADE w relacji do innych znaków certyfikacji.

W sytuacjach, kiedy na opakowaniu lub materiałach promocyjnych umieszczono więcej niż jeden znak wspierający lub powiązany ze znakiem FAIRTRADE, priorytetem jest konsekwencja i przejrzystość. Znak FAIRTRADE musi zawsze pozostać niezależny, tak by unikać konfliktu interesów, potencjalnie sprzecznych przekazów i zamieszania na rynku. Znak FAIRTRADE nie wolno umieszczać w taki sposób, aby można było go kojarzyć z przynależnością do jakiegokolwiek firmy lub organizacji innej niż Fairtrade International lub jej członkowie.

Znak FAIRTRADE nie może być mniejszy niż jakiegokolwiek inny znak certyfikacyjny lub etyczny na tym samym opakowaniu i zawsze musi być zgodny z wymogami dotyczącymi rozmiarów zawartymi w tych wytycznych. Zob. „Rozmiar i proporcje” na stronie 21.

Odległość między znakiem FAIRTRADE a innymi znakami certyfikacyjnymi lub etycznymi powinna wynosić co najmniej połowę szerokości znaku (1/2 X), tak aby było widać, że znaki te są od siebie niezależne.

W poziomie



W pionie



ZNAK FAIRTRADE

ROZMIAR I PROPORCJE

ROZMIAR ZNAKU

Zastosowany znak FAIRTRADE musi mieć rozmiar proporcjonalny do rozmiaru opakowania lub materiału promocyjnego. W wyborze prawidłowej wielkości znaku pomoże opracowana w tym celu tabela rozmiarów. Przedstawia ona zalecany maksymalny i minimalny rozmiar znaku dozwolony na opakowaniach i materiałach promocyjnych różnej wielkości. Minimalne rozmiary przedstawione na tej stronie mają na celu zapewnienie poprawnej reprodukcji w odpowiedniej skali. W przypadku niektórych produktów lub materiałów promocyjnych rozmiary mogą się różnić od tych podanych w tabeli obok. Wtedy można użyć uśrednionych rozmiarów.

Rozmiar minimalny

Aby zapewnić czytelność, trzeba zachować szczególną dbałość przy przygotowywaniu znaku FAIRTRADE w małych rozmiarach. Wskazówka: znaku nie należy reprodukcować na materiałach drukowanych w szerokości mniejszej niż 7 mm, jeśli czcionka ma być czytelna.

Wymiary znaku

Szerokość znaku mierzymy od czarnej krawędzi do czarnej krawędzi z wyłączeniem białej obwódki, zob. strona 12.

A4: 21 mm



A5: 17 mm



A6: 15 mm



A7: 13 mm



A8: 11 mm



Min: 7 mm



Tabela rozmiarów
(ISO 216 – seria A)

Przykład

Maks. szerokość znaku
(Szerokość)

Min. szerokość znaku
(Szerokość)

A1 (594 x 841 mm)

Plakaty, stojaki reklamowe

66 mm

60 mm

A2 (420 x 594 mm)

Stojaki reklamowe, POS

46 mm

42 mm

A3 (297 x 420 mm)

Plakaty, POS, bukiety

33 mm

31 mm

A4 (210 x 297 mm)

Duże opakowania, kartony 1 litr

21 mm

19 mm

A5 (148 x 210 mm)

Opakowania i etykiety

17 mm

15 mm

A6 (105 x 148 mm)

Paczka herbaty 20-50 torebek

15 mm

13 mm

A7 (74 x 105 mm)

Etykiety na butelki 750 ml

13 mm

11 mm

A8 (52 x 74 mm)

Etykiety i przywieszki

11 mm

7 mm

ZNAK FAIRTRADE

PRZEWODNIK PO ROZMIARACH

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 joyful expression is shown harvesting coffee cherries. She wears a bright yellow headscarf and a white blouse with ruffled details. Her right arm is extended towards a branch of a coffee tree, which is laden with green and red cherries. The background is a soft-focus view of the coffee plantation.

CZĘŚĆ DRUGA

WYTTCZNE DOTYCZĄCE OPAKOWAŃ

02

CZĘŚĆ DRUGA

2.1 KLUCZOWE ELEMENTY OPAKOWAŃ

W TEJ SEKCJI PRZEDSTAWIAMY
OGÓLNE INFORMACJE O TYM,
JAK I GDZIE UMIESZCZAĆ ZNAK
FAIRTRADE NA OPAKOWANIU.
NASTĘPNE SEKCJE DOTYCZĄ
OPAKOWAŃ OKREŚLONYCH
TYPÓW PRODUKTÓW.

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

Znak FAIRTRADE na opakowaniu należy umieszczać tak, by konsumenci mieli jasność co do roli tego znaku w relacji do marki produktu.

Na następnych stronach przedstawiono zasady, których trzeba przestrzegać, stosując znak i nazwę Fairtrade na opakowaniach produktów.

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony z przodu opakowania i być wyraźnie widoczny dla konsumentów w punkcie sprzedaży.

Tekst o Fairtrade można umieścić obok znaku, z tyłu lub z boku opakowania.

Elementy na opakowaniu

- 1 Marka (obowiązkowo)
- 2 Marka zależna (submarka) (opcjonalnie)
- 3 Nazwa produktu (obowiązkowo)
- 4 Opis produktu (opcjonalnie)
- 5 Znak FAIRTRADE (obowiązkowo)
- 6 Tekst o Fairtrade z adresem strony internetowej (obowiązkowo)

Przód opakowania



Tył opakowania



Fairtrade przyczynia się do zrównoważonego rozwoju certyfikowanych producentów, oferując lepsze warunki handlowe, stymulując zmiany społeczne i chroniąc środowisko. Ta kawa ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem 100%. Więcej na info.fairtrade.net.

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

KLUCZOWE ELEMENTY NA OPAKOWANIU

Te same zasady obowiązują w przypadku znaku FAIRTRADE ze strzałką podpowiadającą konsumentom, by poszukać dodatkowych informacji o znaku i składnikach Fairtrade z tyłu opakowania.

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony z przodu produktu, wyraźnie widoczny dla konsumentów w punkcie sprzedaży.

Tekst o Fairtrade można umieścić obok znaku lub z tyłu bądź z boku opakowania.

Elementy na opakowaniu

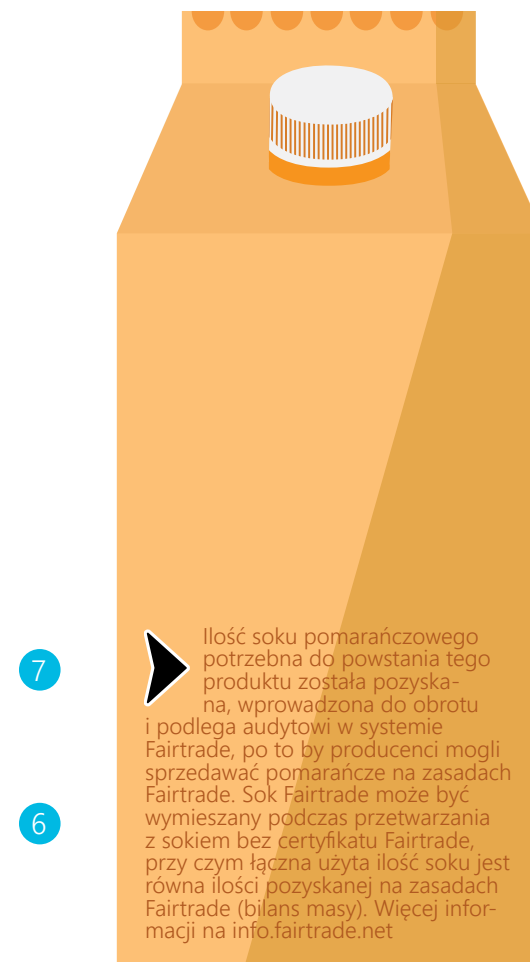
- 1 Marka (obowiązkowo)
- 2 Marka zależna (submarka) (opcjonalnie)
- 3 Nazwa produktu (obowiązkowo)
- 4 Opis produktu (opcjonalnie)
- 5 Znak FAIRTRADE (obowiązkowo)
- 6 Tekst o Fairtrade z adresem strony www (obowiązkowo)
- 7 Strzałka znaku (obowiązkowo).

Jeśli umieszczenie strzałki będącej częścią znaku FAIRTRADE nie jest możliwe, dozwolona jest „zwykła” strzałka lub trójkąt wskazujący na tekst o Fairtrade.

Przód opakowania



Tył opakowania



OMÓWIENIE ELEMENTÓW OPAKOWANIA

Tabela po prawej przedstawia podsumowanie wszystkich elementów, które trzeba uwzględnić, projektując opakowanie produktu.

Elementy obowiązkowe

Znak FAIRTRADE musi być umieszczony z przodu opakowania, razem z nazwą marki. Składniki Fairtrade i tekst o Fairtrade muszą pojawić się na tej stronie opakowania, na której znajdują się informacje o składnikach. Tekst o Fairtrade musi być umieszczony na każdym opakowanym produkcie konsumpcyjnym z certyfikatem Fairtrade. Obowiązkowe jest także podanie w tym tekście adresu strony internetowej Fairtrade.

W przypadku niektórych produktów i rynków obowiązkowe jest podanie kodu referencyjnego NFO lub identyfikatora FLO producenta (FLO ID) – o szczegóły prosimy pytać krajową organizację Fairtrade lub Fairtrade International.

Np. w Wielkiej Brytanii kod referencyjny przyznawany przez organizację krajową – „kod FFL” – jest obowiązkowy, jeśli licencjobiorca nie jest właścicielem marki.

Zatwierdzenie projektu graficznego

Projekt graficzny opakowania musi zostać zatwierdzony przez Fairtrade jako część projektu opakowania i procesu produkcji. Dane kontaktowe w sprawie zatwierdzenia projektu graficznego – zob. ostatnia strona niniejszych wytycznych.

Uwaga: nie można rozpocząć promocji przed zarejestrowaniem produktu w odpowiedniej organizacji licencjonującej i zatwierdzeniem opakowania.

ELEMENT	BEZPOŚREDNIO DLA KONSUMENTÓW		POŚREDNIO DLA KONSUMENTÓW
Nazwa marki	Obowiązkowa	Strona 25	Obowiązkowa
Znak FAIRTRADE	Obowiązkowy	Strona 25	Obowiązkowy
Fairtrade w opisie produktu	Przydatna wskazówka	Strony 25, 31	Przydatna wskazówka
Nazwa firmy będącej licencjobiorcą	Przydatna wskazówka	Strona 25	Obowiązkowa
Identyfikator producenta (FLO ID)	Przydatny (obowiązkowy w przypadku świeżych owoców)	Strona 36	Przydatny
Kod referencyjny NFO	Obowiązkowy na niektórych rynkach	Tekst z lewej oraz strona 80	Obowiązkowy na niektórych rynkach
Lista składników Fairtrade	Obowiązkowa	Strona 57	Obowiązkowa
Tekst o Fairtrade	Obowiązkowy	Strony 57-60	Przydatna wskazówka
Strona internetowa Fairtrade	Obowiązkowa	Strony 57-60	Przydatna wskazówka

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

HIERARCHIA MARKI

Decydując się na umieszczenie znaku FAIRTRADE na opakowaniu produktu, należy również umieścić na nim markę i nazwę/opis produktu. Należy zawsze zachować wyraźną hierarchię między znakiem FAIRTRADE a marką. Znaku nie wolno umieszczać w sposób, który można błędnie interpretować jako należący do jakiegokolwiek firmy lub organizacji innej niż Fairtrade International i jej organizacji członkowskie.

Nazwa marki zawsze powinna dominować lub przynajmniej być bardziej wyeksponowana niż znak FAIRTRADE, który najlepiej umieścić na samym dole opakowania, daleko od marki. Te dwa oznakowania muszą być od siebie niezależne. Niedozwolone jest używanie nazwy Fairtrade lub krajowej organizacji Fairtrade jako części nazwy marki produktu. Znak FAIRTRADE nigdy nie wolno umieszczać na nieoznakowanych marką produktach detalicznych.

Którego znaku użyć

Znak FAIRTRADE bez strzałki – produkty jednoskładnikowe z fizyczną identyfikowalnością.

Znak FAIRTRADE ze strzałką – produkty jednoskładnikowe wprowadzane do obrotu na zasadach bilansu masy.

Znak FAIRTRADE ze strzałką – produkty wieloskładnikowe, bez względu na model handlowy, fizyczną identyfikowalność czy bilans masy (zob. strona 8).

Kolory marki

Kiedy kolory marki lub główne kolory opakowania są podobne do kolorów znaku FAIRTRADE, nie wolno stosować znaku w pełnej wersji barwnej, a zamiast tego należy użyć wersji czarno-białej. Dokładne kolory znaku FAIRTRADE (świeża zieleń Fairtrade i błękit Fairtrade) nie mogą być włączone w oznakowanie marki ani marki zależnej (submarki), ani użyte jako główny kolor opakowania (strona 13).



01 Prawidłowe zastosowanie

Znak musi być umieszczony z przodu opakowania, z daleka od marki.



02 Hierarchia

Znak nie może być większy ani bardziej wyeksponowany niż marka lub identyfikacja wizualna produktu.



03 Produkty niemarkowe

Znak nie wolno umieszczać na produktach detalicznych nieoznakowanych marką.

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

PRZÓD OPAKOWANIA

Znak FAIRTRADE zawsze musi być umieszczony na przodzie opakowania i widoczny dla konsumentów, kiedy patrzą na produkt z przodu. Przy umieszczaniu znaku na opakowaniu obowiązkowe jest przestrzeganie zasad hierarchii marki.

Znak musi być mniej wyeksponowany niż marka i umieszczony z dala od niej. Powinien znajdować się w lewym lub prawym dolnym rogu opakowania, ale może być także wycentrowany w poziomie u dołu opakowania.

Uwaga

Jeśli produkt ma być wystawiony na półkę lub ladę w ekspozytorze, należy to uwzględnić przy umieszczaniu znaku FAIRTRADE. Jeśli znak jest zasłonięty przez ekspozytor, trzeba go przesunąć w inne miejsce na opakowaniu albo umieścić dodatkowy znak na ekspozytorze. Zob. strona 32.

Tył opakowania

W sytuacji, gdy znak FAIRTRADE znajduje się z przodu opakowania, dodatkowy znak FAIRTRADE można umieścić z tyłu opakowania, obok tekstu o Fairtrade.



01 Umiejscowienie znaku

Znak najlepiej umieścić na dole: w prawym lub lewym dolnym rogu, lub wycentrowany w poziomie.



02 Przedmioty cylindryczne

Na przedmiotach okrągłych lub cylindrycznych dozwolone jest przesunięcie znaku tak, by jego połowa wychodziła poza linię wzroku, ale co najmniej połowa znaku musi być widoczna, kiedy patrzy się na opakowanie z przodu.



03 Kilka ścianek przednich

Na opakowaniach z wieloma ściankami (np. pudełkach), znak należy umieścić z każdej strony opakowania, którą można uważać za jego przód, przestrzegając zasad dotyczących rozmiarów (strona 22).

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

UMIEJSCOWIENIE ZNAKU

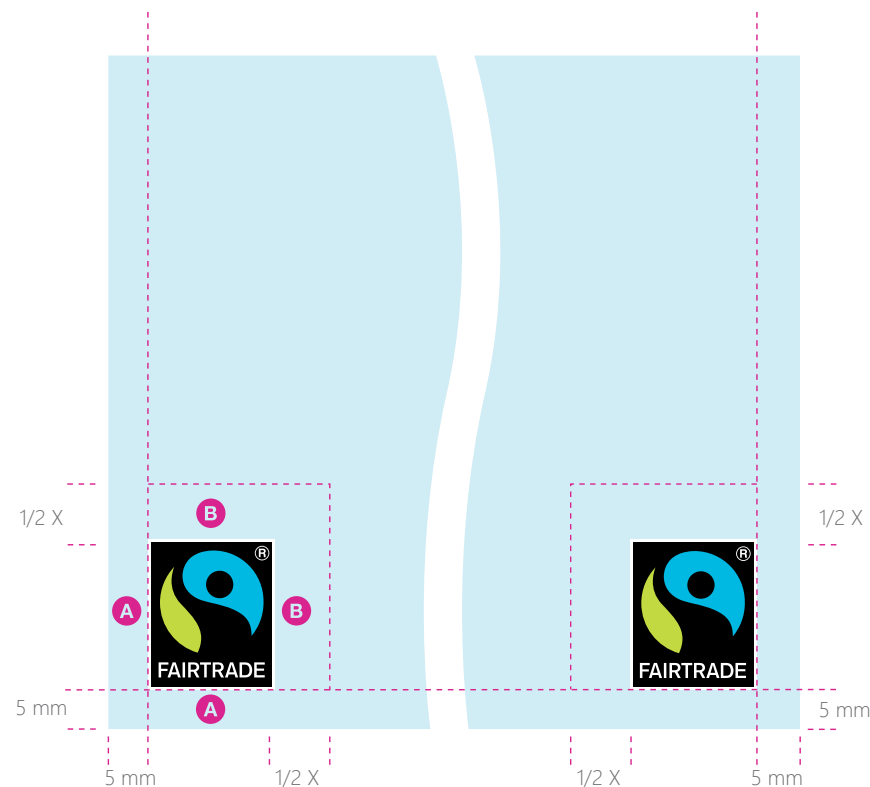
Aby zapewnić czytelność znaku FAIRTRADE, należy starannie rozważyć jego umiejscowienie na opakowaniu. Przede wszystkim, musi zostać zachowana hierarchia marki. Znak FAIRTRADE nie należy drukować zbyt blisko obszaru, który będzie zszywany, pieczętowany lub cięty. Jeśli inne umiejscowienie nie jest możliwe, znak można tam umieścić, pod warunkiem, że będzie dobrze widoczny w punkcie sprzedaży i nie zostanie zniekształcony, pognieciony lub pomarszczony.

Odległość od krawędzi opakowania

Umieszczając znak na opakowaniu, należy zawsze zachować minimum 5 mm odstępu od krawędzi opakowania (A), zamknięć, szwów lub linii załamania. Takie rozwiązanie jest konieczne, ponieważ chroni przed potencjalnymi błędami w procesie produkcji. Minimalna wolna przestrzeń (1/2 X) dotyczy pozostałych boków znaku (B) – zob. strona 12.

Symbol znaku towarowego

Wszystkie wersje znaku mają symbol zarejestrowanego znaku towarowego ®, którego nie wolno przesuwac ani usuwać.



OPAKOWANIA PRODUKTÓW

NAZWA I OPIS PRODUKTU

NAZWA I OPIS PRODUKTU

Opcjonalnie można używać terminu Fairtrade w nazwie lub opisie produktu, o ile nie jest stosowany jako marka lub submarka. Niedozwolone jest stosowanie nazwy którejś z organizacji krajowych, np. „Max Havelaar”, jako części nazwy produktu.

Produkt jednoskładnikowy

Produkty wytworzone z tylko jednego składnika, który jest składnikiem Fairtrade, np. kawa.

Nazwa: kawa Fairtrade

Produkt złożony z samymi składnikami Fairtrade

Certyfikowane produkty wieloskładnikowe wytworzone wyłącznie ze składników Fairtrade zgodnie ze Standardami Fairtrade, np. czekolada (wyprodukowana z kakao Fairtrade, cukru Fairtrade i innych odpowiednich składników).

Nazwa: czekolada Fairtrade

Produkt złożony z wybranymi składnikami Fairtrade

Produkty ze składnikami Fairtrade i składnikami nie pochodzącymi z Fairtrade, np. ciasto czekoladowe. Terminu Fairtrade w nazwie lub opisie produktu można użyć tylko do wskazania istotnych lub charakterystycznych składników Fairtrade.

Nazwa: ciasto z kakao i cukrem Fairtrade

JEDNOSKŁADNIKOWY PRODUKT FAIRTRADE

Dopuszczalne nazwy produktów:

Banany Fairtrade

Wino Fairtrade

Kawa palona Fairtrade

Herbata czarna cejlońska Fairtrade

Niedopuszczalne nazwy produktów:

Użycie terminu Fairtrade nie jest dozwolone, jeśli częścią nazwy jest marka lub marka zależna (submarka):

✗ Cabernet Sauvignon (nazwa marki) Fairtrade

✗ Kawa Fairtrade Polska

PRODUKT ZŁOŻONY ZE SKŁADNIKAMI FAIRTRADE

Dopuszczalne nazwy produktów:

Kawa cappuccino Fairtrade

Cappuccino z kawą Fairtrade

Rum z cukrem Fairtrade

Muffin z kakao, cukrem i bananami Fairtrade

Napój z czekoladą Fairtrade

Niedopuszczalne nazwy produktów:

Użycie terminu Fairtrade jest niedozwolone, jeśli nie jest jasne, który składnik ma certyfikat Fairtrade:

✗ Cappuccino Fairtrade

✗ Rum Fairtrade

✗ Muffin Fairtrade z czekoladą

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

OPAKOWANIA ZBIORCZE PRZEZNACZONE BEZPOŚREDNIO DLA KONSUMENTÓW

OPAKOWANIA ZBIORCZE W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

Znak FAIRTRADE musi zostać umieszczony na wszystkich ekspozytorach półkowych i na ladzie oraz kartonach zawierających luzem produkty z certyfikatem Fairtrade do sprzedaży bezpośredniej. Można go jednak stosować tylko wtedy, jeśli wszystkie sztuki lub opakowania produktu w danym opakowaniu zbiorczym mają certyfikat Fairtrade.

Ekspozytory półkowe i na ladę

Kiedy znak FAIRTRADE jest umieszczony na ekspozytorze, ekspozytor musi być oznakowany tą samą marką i nazwą lub opisem co pojedynczy produkt.

Znak nie musi być wydrukowany na ekspozytorze, jeśli widoczny jest co najmniej jeden znak FAIRTRADE na produkcie umieszczonym w ekspozytorze.

Więcej informacji – zob. sekcja dotycząca punktów sprzedaży na stronie 67.

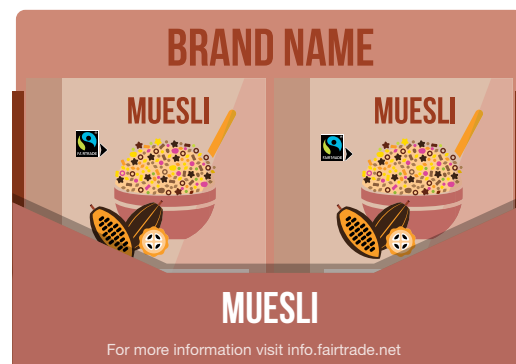
Kartony z produktami luzem

Wszystkie kartony lub pojemniki używane do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom muszą być oznakowane nazwą marki i znakiem FAIRTRADE. Zalecane jest także, by znalazły się na nich nazwa lub opis produktu, FLO ID lub kod referencyjny NFO oraz nazwa licencjobiorcy i kraj pochodzenia. (Na niektórych rynkach kod referencyjny NFO jest obowiązkowy).

Niektóre łańcuchy dostaw wymagają także wymienienia co najmniej 3 numerów FLO ID: firmy pakującej oraz podmiotów znajdujących się jeden poziom niżej i jeden poziom wyżej w łańcuchu dostaw. Te informacje możesz uzyskać od krajowej organizacji licencjonującej lub od FLOCERT. Te same wymagania obowiązują, kiedy znak FAIRTRADE znajduje się na samym produkcie. Dotyczy to m.in. kartonów dostawczych używanych także w sprzedaży detalicznej, np. bananów. Znaku FAIRTRADE nie wolno używać, jeśli nie wszystkie produkty mają certyfikat Fairtrade.



01



02

01 Ekspozytory

Jeśli znak FAIRTRADE na opakowaniu produktu jest zasłonięty przez ekspozytor, znak, marka i nazwa/opis produktu muszą być wydrukowane na ekspozytorze.

02 Ekspozytory

Jeśli przynajmniej jeden znak FAIRTRADE na produkcie w ekspozytorze jest widoczny, nie trzeba drukować znaku na samym ekspozytorze. W tym przykładzie ekspozytor zasłania nazwę marki.



03



04

03 Pojemniki z produktami sprzedawanymi luzem

Wszystkie kartony lub pojemniki używane do sprzedaży luzem produktów z certyfikatem Fairtrade bezpośrednio konsumentom muszą mieć znak FAIRTRADE.

04 Produkty z certyfikatem oraz bez

Użycie znaku jest zabronione, jeśli nie wszystkie produkty w danym pojemniku mają certyfikat Fairtrade.

OPAKOWANIA ZBIORCZE I DOSTAWCZE

Wszystkie kartony i pojemniki używane do transportu produktów z certyfikatem Fairtrade, które zostaną wykorzystane do sprzedaży detalicznej, muszą być oznakowane następującymi elementami: nazwa marki lub właściciela produktu, znak FAIRTRADE oraz nazwa lub opis produktu. Zalecane: tekst i URL Fairtrade. Powyższe elementy mogą być wydrukowane bezpośrednio na kartonie lub na etykietach naklejanych na karton.

Na niektórych rynkach wymagana jest nazwa licencjodawcy lub kod referencyjny NFO – prosimy o kontakt, jeśli oferujecie Państwo produkty na rynki zagraniczne.

W niektórych łańcuchach dostaw wymagany może być kod FLO ID, więc prosimy upewnić się, czy karton transportowy lub etykiety na nim są zgodne z wymaganiami FLOCERT.

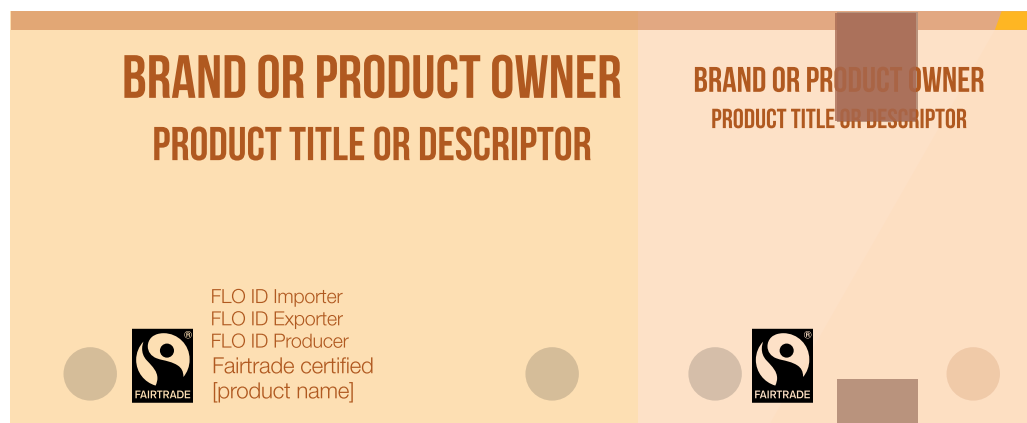
Wyjątki

Użycie monochromatycznego znaku w kolorze czarnym na kartonach (pojemnikach) wykorzystywanych do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy znak zostanie wydrukowany na jasnym lub neutralnym tle, zob. s. 15 i 17.

Do zakomunikowania, że kartony transportowe zawierają produkty z certyfikatem, można użyć oznaczenia tekstowego zamiast drukowanego znaku, np. „100% kawy Fairtrade” czy „Banany z certyfikatem Fairtrade”.

01 Opakowanie zbiorcze

Opakowanie, którego można użyć do transportu, ale także do sprzedaży skierowanej bezpośrednio konsumentów, np. kartony z winem, powinny być opatrzone kolorowym znakiem FAIRTRADE.



02 Karton dostawczy

Użycie czarnego znaku na kartonach wykorzystywanych do sprzedaży produktów bezpośrednio konsumentom jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy znak zostanie wydrukowany na jasnym lub neutralnym tle.

OPAKOWANIA PRODUKTÓW

WYMAGANIA DOTYCZĄCE OPAKOWAŃ

ZATWIERDZENIE PROJEKTU GRAFICZNEGO

Przed wydrukowaniem lub publiczną dystrybucją opakowań ze znakiem FAIRTRADE trzeba uzyskać pisemną zgodę krajowej organizacji Fairtrade lub Fairtrade International.

Prosimy dokładnie sprawdzić projekt graficzny przed przedłożeniem go do zatwierdzenia, aby do minimum ograniczyć ewentualność składania go ponownie (błędy opóźnią cały proces). Niniejsze wytyczne można stosować do większości rodzajów opakowań, nie obejmują jednak wszystkiego. Jeśli potrzebne są dodatkowe wyjaśnienia którejs z przedstawionych tu kwestii lub dalsze porady, prosimy o kontakt (dane kontaktowe znajdują się na ostatniej stronie).

OPAKOWANIA PRODUKTÓW – LISTA KONTROLNA

- Na produktach z ekspozycji oraz przeznaczonych do sprzedaży musi widnieć znak FAIRTRADE. Zalecana jest pełna wersja barwna znaku; s. 13.
- Znak musi być umieszczony z przodu opakowania lub produktu i musi być widoczny dla konsumenta. Preferowane jest umieszczenie znaku w lewym lub prawym dolnym rogu lub blisko dolnej krawędzi z lewej lub prawej strony; s. 25 i 26.
- Znak musi się zawsze umieścić tak, by nie było wątpliwości, że jest to niezależny znak certyfikacji produktu. Nie może być mylony z nazwą marki ani jej identyfikacją wizualną. Musi być mniej wyeksponowany niż marka i umieszczony z dala od niej; s. 25 i 26.
- Zastosowany znak musi mieć wielkość proporcjonalną do rozmiarów opakowania oraz innych elementów na jego przodzie; s. 21 i 22.
- Oprócz powyższych elementów, zalecane jest także umieszczenie na opakowaniu nazwy i opisu produktu, nazwy właściciela produktu (np. licencjodawcy) oraz kodu FLO ID producenta lub kodu referencyjnego NFO. Na niektórych rynkach kod referencyjny jest obowiązkowy, a wyjątki, w których obowiązkowy jest kod FLO ID, są wymienione na odpowiednich stronach.
- Na każdym opakowanym produkcie konsumpcyjnym z certyfikatem Fairtrade musi znaleźć się tekst o Fairtrade; s. 25 i 26.
- Pamiętaj, nie można przerabiać znaku FAIRTRADE, nie wolno dodawać do niego ani usuwać z niego żadnych elementów.
- W sprawie zatwierdzenia projektu graficznego skontaktuj się najpierw z Fairtrade Polska, ponieważ pomagamy dostosować projekty do wymogów Fairtrade International, dzięki czemu proces ich zatwierdzania jest krótszy. Należy jednak pamiętać, że do Fairtrade International należy ostateczne zatwierdzanie projektów graficznych opakowań produktów poprzez system o nazwie Connect.

02

CZEŚĆ DRUGA

2.2 WYMAGANIA SZCZEGÓŁOWE

TA SEKCJA OBEJMUJE
UŻYCIE ZNAKU FAIRTRADE NA
PRODUKTACH ŻYWNOŚCIOWYCH
I NAPOJACH. ODDZIELNA
SEKCJA DOTYCZY PRODUKTÓW
NIESPOŻYWCZYCH: KWIATÓW,
ROŚLIN ORAZ PIŁEK.

ŻYWNOSĆ I NAPOJE

OWOCE I WARZYWA

SPRZEDAWANE LUZEM

Warzywa i owoce sprzedawane luzem lub po kilka sztuk tego samego rodzaju, muszą być oznakowane indywidualnie znakiem FAIRTRADE. Jeśli kilka sztuk danego owocu jest sprzedawanych jako zestaw, np. kiść bananów, na każdej takim zestawie musi się znaleźć co najmniej jedna naklejka ze znakiem.

Naklejki bez marki

Naklejki mogą mieć kształt zaokrąglonego prostokąta lub owalu, o ile sam znak FAIRTRADE pozostanie niezmienny. Nie można ich wykorzystywać do żadnego innego celu niż do oznaczania owoców i warzyw sprzedawanych luzem.

Informacje obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE
- Kraj pochodzenia *
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej *

Wygląd i rozmiar znaku

Znak FAIRTRADE musi być odtworzony dokładnie i wyraźnie z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. strona 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade i nic w nich nie zmieniać. Szerokość znaku musi wynosić nie mniej niż 7 mm i nie więcej niż 11 mm, mierząc od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki tylko do sprzedaży produktów Fairtrade i w imieniu licencjodawcy (zob. Standardy Fairtrade).

* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk



01 Rozmiar

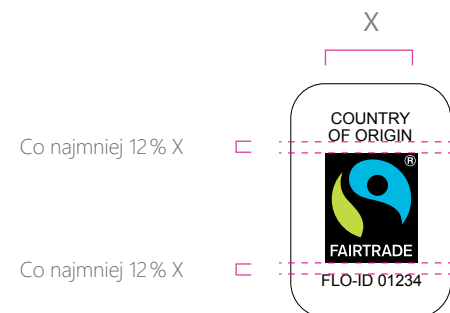
W zależności od wielkości naklejki, znak musi mieć szerokość X (od 7 mm do 11 mm), mierzoną od jednej czarnej krawędzi do drugiej.



03 Przykładowe naklejki

Przykładowe naklejki Fairtrade i Fairtrade Max Havelaar z nazwami krajów w jednym i dwóch wierszach, na zaokrąglonym prostokącie.

Czcionka: Arial lub Arial Narrow, w zależności od długości nazwy kraju. Wielkość czcionki można dopasować do miejsca na naklejce. Czcionka musi być w kolorze czarnym lub ciemnym odcieniu szarości.



Przykładowy układ

Naklejka o rozmiarach 28.4 mm x 19 mm tylko na potrzeby ilustracji. Szablony naklejek posiada krajowa organizacja Fairtrade.



04 Przykładowe naklejki

Przykładowe owalne naklejki Fairtrade i Fairtrade Max Havelaar z nazwami krajów w jednym wierszu i w dwóch.

02 Wyjątek

Tylko dla naklejek na owoce: między znakiem a tekstem należy pozostawić wolną przestrzeń wynoszącą co najmniej 12% szerokości znaku (mierzonej od jednej czarnej krawędzi do drugiej).

ŻYWNOSĆ I NAPOJE

OWOCE I WARZYWA

SPRZEDAWANE LUZEM

NAKLEJKI NA BANANY

Na tych naklejkach może pojawić się nazwa marki, ale nie jest to wymagane. Idealnym kształtem dla naklejek nieoznakowanych marką jest zaokrąglony prostokąt. Projekt graficzny tych naklejek posiada krajowa organizacja Fairtrade.

Na każdej kiści bananów musi znaleźć się co najmniej jedna taka naklejka. Naklejek nie wolno stosować w żadnym innym celu. Na jednej kiści można umieścić kilka naklejek, ale nie więcej niż 3, z wyjątkiem sytuacji, kiedy kiść jest spięta taśmą.

Jeśli stosowane jest opakowanie foliowe typu flowpack, zob. s. 40.

Informacje obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE
- Kraj pochodzenia *
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej *

Wygląd i rozmiar znaku

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany dokładnie i wyraźnie, z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. s. 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade Polska i nic w nich nie zmieniać. Szerokość znaku musi wynosić nie mniej niż 7 mm i nie więcej niż 11 mm, mierząc od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki w imieniu licencjobiorcy tylko do bananów przeznaczonych na sprzedaż (zob. Standardy Fairtrade).

* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk

Naklejki bez marki

Przykład naklejek bez marki umieszczonych na bananach. Preferowany kształt naklejki na banany to zaokrąglony prostokąt.



Kiście bananów spięte taśmą

Zastosowanie taśmy do spinania kiści bananów może zmniejszyć zużycie plastikowych torebek i jest dozwolone. Znak i tekst o Fairtrade, FLO ID oraz kod stosowany przez organizacje krajowe (jeśli wymagany) muszą być umieszczone razem na taśmie w czytelnym rozmiarze oraz muszą być wyraźnie widoczne na półce.

Jeśli sklep pozwala na odrywanie pojedynczych bananów ze spiętej taśmą kiści, zaleca się umieścić na każdym bananie naklejkę ze znakiem FAIRTRADE, krajem pochodzenia i numerem FLO ID, tak by przy kasie został zidentyfikowany właściwy produkt.

ŻYWNOSĆ I NAPOJE OWOCE I WARZYWA SPRZEDAWANE LUZEM

NAKLEJKI Z NAZWĄ MARKI

Naklejki mogą mieć kształt zaokrąglonego prostokąta lub owalu (znak FAIRTRADE musi pozostać bez zmian). Jeśli kilka sztuk danego owocu jest sprzedawanych jako jednostka, np. kiść bananów, na każdej takiej jednostce musi się znaleźć co najmniej jedna naklejka ze znakiem (zob. poprzednia strona). Wzór tych naklejek nie może być stosowany w żadnym innym celu. Informacje o naklejkach z marką umieszczanych na opakowaniach foliowych typu flow-pack lub na innych formach opakowań – zob. s. 40.

Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki (nie producenta)
- Oddzielający element graficzny, np. linia
- Znak FAIRTRADE
- Kraj pochodzenia *
- Numer FLO-ID organizacji producenckiej *

Zalecane: nazwa produktu

Wygląd i rozmiar znaku

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany dokładnie i wyraźnie, z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. s. 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade Polska i nic w nich nie zmieniać. Szerokość znaku musi wynosić nie mniej niż 7 mm i nie więcej niż 11 mm, mierząc od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki w imieniu licencjodawcy tylko do owoców przeznaczonych na sprzedaż (zob. Standardy Fairtrade).

* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk



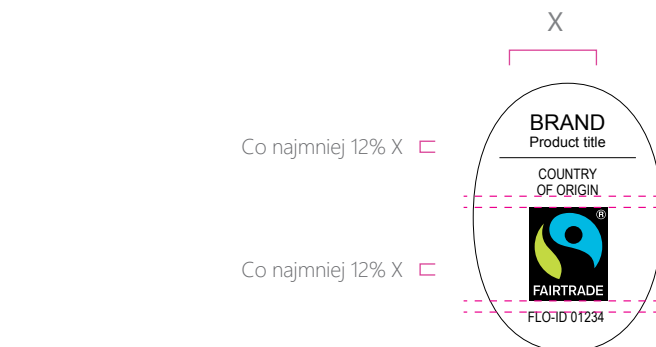
Rozmiar

W zależności od wielkości naklejki, znak musi mieć szerokość X (od 7 mm do 11 mm), mierzoną od jednej czarnej krawędzi do drugiej.



Przykładowe naklejki

Przykład naklejek z nazwą marki (Fairtrade i Max Havelaar) oraz nazwą kraju w jednym wierszu lub dwóch.



Co najmniej 12% X

Co najmniej 12% X

Przykład układu naklejki

z nazwą marki (tylko do zilustrowania). Szablony naklejek może dostarczyć krajowa organizacja Fairtrade.

Wyjątek

Tylko dla naklejek na owoce: między znakiem a tekstem zostaw wolną przestrzeń wynoszącą co najmniej 12% szerokości znaku (mierzonej od jednej czarnej krawędzi do drugiej).

Naklejki z nazwą marki

Przykład naklejek z marką na owocach.



ŻYWNOSĆ I NAPOJE

OWOCE, WARZYWA DROBNE LUB O NIERÓWNEJ POWIERZCHNI

Owoce i warzywa z certyfikatem Fairtrade, zbyt małe lub mające zbyt nierówną powierzchnię, by można było oznakować je indywidualnie, muszą być wystawiane na sprzedaż w pojemniku, łubiance lub woreczku. Te o nierównej powierzchni, np. ananasy, muszą być oznakowane metką wiszącą (przywieszką) lub nakładaną („kołnierzykiem”). Obowiązują wytyczne dotyczące opakowań zbiorczych (zob. s. 32 i 33).

Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki lub właściciela produktu
- Znak FAIRTRADE
- Tekst o Fairtrade (zob. s. 58) – można umieścić na odwrotnej stronie metki.

Zalecane: numer FLO ID producenta*, kraj pochodzenia* i nazwa produktu. Można też umieścić kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jest on obowiązkowy.

Rozmiar znaku

Szerokość znaku mierzymy od jednej czarnej krawędzi do drugiej. Słowa FAIRTRADE oraz MAX HAVELAAR (w stosownych przypadkach) muszą być czytelne.

Wygląd znaku

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowane dokładnie i wyraźnie, z zastosowaniem właściwych kolorów (zob. s. 13). Należy korzystać wyłącznie z plików dostarczonych przez Fairtrade Polska i nic w nich nie zmieniać.

Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą stosować naklejki w imieniu licencjodawcy tylko do owoców przeznaczonych na sprzedaż (zob. Standardy Fairtrade).

* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk



Inne informacje

Na pojemniku ekspozycyjnym mogą się znaleźć inne informacje, np. dotyczące produktu, kody kreskowe itd., o ile są wyraźnie oddzielone od znaku FAIRTRADE. Na metkach wiszących

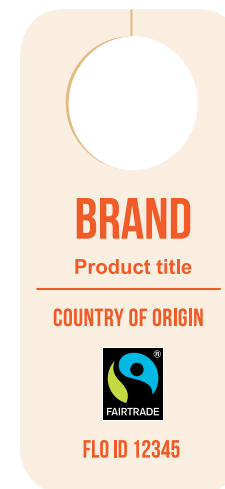
i nakładanych takie informacje mogą być umieszczone tylko po drugiej stronie lub w środku, jeśli użyto metki składanej.

01 Metka wisząca lub nakładana

Owoce lub warzywa o nierównej powierzchni (np. ananasy) mają metkę wiszącą (przywieszkę) lub nakładaną („kołnierzyk”).

02 Pojemnik do ekspozycji

Owoce i warzywa zbyt małe lub mające zbyt nierówną powierzchnię, by można było oznakować je indywidualnie, muszą być wystawiane na sprzedaż w pojemniku, łubiance lub woreczku. Tekst o Fairtrade oraz numer FLO ID producenta można umieścić razem ze znakiem FAIRTRADE lub na odwrotnej stronie.



ŻYWNOSĆ I NAPOJE

OWOCE I WARZYWA PACZKOWANE

W przypadku paczkowanych warzyw i owoców znak FAIRTRADE musi pojawić się na siatce, paczce, torebce czy pudełku. Na każdej jednostce sprzedażowej (np. siatce) trzeba umieścić co najmniej jeden znak – w miejscu uznanym za przód opakowania.

Informacje obowiązkowe

- Nazwa marki lub właściciela produktu
- Znak FAIRTRADE
- Tekst o Fairtrade (zob. s. 58)

Zalecane: numer FLO ID producenta, kraj pochodzenia i nazwa produktu. Można też umieścić kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jest on obowiązkowy.

Wygląd i rozmiar znaku

Zob. poprzednia strona.

Przezroczyste torby plastikowe

W przypadku drukowania bezpośrednio na przezroczystym podłożu, np. plastikowej torbie, muszą zostać wydrukowane także białe części znaku (obwódka) – zob. s. 11 i 14.

Wyjątek

Na torbach plastikowych znak FAIRTRADE można powielać w stylu „tapety”, w formie nadruku lub naklejań maszynowo naklejek. Nie zwalnia to z obowiązku umieszczenia znaku FAIRTRADE z przodu opakowania, tam gdzie znajduje się główna etykieta. Między poszczególnymi znakami we wzorze „tapety” należy zachować wolną przestrzeń – co najmniej 200% szerokości znaku.

Zastosowanie

Obowiązuje ta sama zasada, co na poprzednich stronach dotyczących warzyw i owoców.

* W stosownych przypadkach można zastosować nadruk



01



02



03 Kartony

Znak FAIRTRADE, jeśli jest używany, musi być umieszczony na przedniej ścianie opakowania wystawianego w punkcie sprzedaży i wyraźnie widoczny dla konsumenta. Zob. s. 32 i 33.

Inne informacje

Na kartonie eksponowanym w punkcie sprzedaży można umieścić także inne informacje, np. dotyczące produktu, kody kreskowe itd., pod warunkiem, że są one wyraźnie oddzielone od znaku FAIRTRADE.

01 Etykiety na siatki z owocami

Na etykietach opasujących siatki z owocami znak FAIRTRADE i elementy obowiązkowe mogą być powielone przez całą długość etykiety.

02 Torba plastikowa

Znak FAIRTRADE wraz z tekstem o Fairtrade może być nadrukowany bezpośrednio na torbie lub na etykiecie samoprzylepnej, albo znajdować się zarówno na torbie jak i na naklejonej na nią etykiecie.

03 Wyjątek

Na torbach plastikowych z owocami i warzywami można umieścić znak FAIRTRADE powielony w stylu „tapety”. Znaki mogą być umieszczone ukośnie, o ile wszystkie są nachylone pod tym samym kątem.



03

NAPOJE

Znak FAIRTRADE musi być wydrukowany na wszystkich rodzajach pojemników, w jakich sprzedawane są napoje, np. na butelkach, woreczkach, pojemnikach tetra-pak, kartonach i puszkach. Znak zawsze musi być umieszczony z przodu opakowania. Należy upewnić się, że znak jest umieszczony z dala od marki oraz zagięć, zagniecień, szwów, krawędzi czy zamknięć.

Te wytyczne dotyczą także wszystkich innych opakowań, takich jak pudełka prezentowe i opakowania zbiorcze, które pojawiają się w sklepach.

Etykiety ze znakiem FAIRTRADE muszą być naklejone na butelki lub opakowania maszynowo (nie ręcznie).

Informacje obowiązkowe

- Przód opakowania: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Tył opakowania: tekst o Fairtrade, kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach)

Informacje opcjonalne

Numer FLO ID producenta



Krawędzie zszywane, klejone lub gięte

Na woreczkach, kartonach lub opakowaniach tetra-pak znak musi znajdować się z przodu i nie można go umieszczać na zgięciach, szwach, krawędziach lub miejscach zaklejenia czy zamknięcia.



Butelki i cylindryczne pojemniki

Na butelkach znak musi być wyraźnie widoczny, kiedy patrzymy z przodu. Może być wydrukowany na głównej etykiecie naklejonej na butelkę. Zob. też s. 29.



Wiele ścianek przednich

Na opakowaniach o wielu ściankach (np. na kartonach), znak musi być umieszczony na każdej ścianie, którą można uznać za przód opakowania.

NAPOJE

Znak FAIRTRADE można umieszczać na kilku ściankach (stronach) opakowania, ale obowiązkowe jest umieszczenie go na każdej ścianie (stronie), którą można uznać za przód, w zależności od możliwości ekspozycji towaru i projektu opakowania.

Jeśli opakowanie zbiorcze zasłania znak FAIRTRADE umieszczony na samych butelkach, przynajmniej jeden znak musi być wydrukowany na przodzie opakowania zbiorczego.

Przy zastosowaniu materiałów z recyklingu w jasnym lub neutralnym kolorze i w przypadku ograniczeń kolorystycznych, można wyjątkowo użyć znaku FAIRTRADE w kolorze białym lub czarnym. Ograniczenia kolorystyczne trzeba przedstawić organizacji licencjonującej, na jej wniosek.

Znak może być nadrukowany bezpośrednio na szklanej lub plastikowej butelce, w pełnej wersji barwnej, w wersji czarno-białej lub w monochromatycznej czarnej lub białej. Nie można stosować żadnych innych kolorów.

Jedynym wyjątkiem od powyższej zasady jest zgoda organizacji licencjonującej na odstępstwo ze względu (na przykład) na ograniczenia wynikające z druku.

Tekst o Fairtrade jest obowiązkowy na zewnętrznym opakowaniu lub na butelce; można go znajdować się z przodu, z boku lub z tyłu. Można stosować etykiety naklejane.



Zewnętrzne opakowania napojów

Znak może być wydrukowany z przodu lub z kilku stron opakowania. Musi być wydrukowany na opakowaniu, jeśli nie jest widoczny na samych napojach. Na materiałach z recyklingu w jasnym lub neutralnym kolorze można użyć znaku czarnego.



Szklane i plastikowe butelki

Znak może być nadrukowany bezpośrednio na szkło lub plastiku.

ETYKIETY NA BUTELKI

Na butelkach, np. z winem, znak FAIRTRADE może być wydrukowany bezpośrednio na przednich lub tylnych etykietach. Ewentualnie może być umieszczony na oddzielnej etykiecie paskowej, jak pokazano na następnej stronie.

Etykieta przednia

Na przodzie butelki znak FAIRTRADE powinien znajdować się na głównej etykiecie produktu, z dala od marki. Znak musi być wyraźnie widoczny, kiedy patrzymy na przód butelki. Znak można umieścić na oddzielnej etykiecie paskowej, bezpośrednio pod etykietą główną.

Etykieta tylna

Na tylnej etykiecie musi być wydrukowany tekst o Fairtrade i adres strony internetowej Fairtrade, wyraźnie oddzielone od opisu produktu. Na tylnej etykiecie można powtórzyć znak FAIRTRADE, nie jest to jednak obowiązkowe.

Informacje obowiązkowe

- Przód opakowania: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Tył opakowania: tekst o Fairtrade, kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach)

Rozmiar

Na etykietach butelek 750 ml znak musi mieć od 11 mm do 13 mm szerokości. W przypadku mniejszych butelek prosimy kierować się tabelą rozmiarów dostępną na s. 21.



01



02



03

01 Przód butelki

Znak musi być wyraźnie widoczny w widoku od przodu.

02 Tekst o Fairtrade

Tekst o Fairtrade zawsze musi znaleźć się na tylnej etykiecie, ale może być też umieszczony na przodzie lub na etykiecie paskowej.

03 Etykieta nakładana na szyjkę

Znak może być wykorzystany na etykiecie nakładanej na szyjkę, jeśli nazwa marki oraz znak FAIRTRADE są także wydrukowane na głównej etykiecie butelki. Na tej nakładce na szyjkę musi się także znaleźć numer FLO ID producenta lub kod referencyjny NFO.

ETYKIETY PASKOWE

Jeśli znaku FAIRTRADE nie da się wydrukować bezpośrednio na etykiecie dla np. butelek z winem, można go umieścić na oddzielnej etykiecie paskowej pod etykietą produktu.

Wysokość etykiety paskowej będzie uzależniona od wolnej przestrzeni wokół znaku, a szerokość etykiety paskowej musi być zgodna z szerokością etykiety produktu.

Znaku nie wolno umieszczać wokół szyjki butelki, bo takie umiejscowienie zakłóca hierarchię.

Prostokątna lub kwadratowa naklejka z samym znakiem FAIRTRADE nie jest dozwolona.

Rozmiar znaku

Na etykiecie paskowej na butelce 750 mm znak powinien mieć najwyżej 13 mm szerokości.

Informacje obowiązkowe

- Etykieta przednia: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu
- Etykieta tylna: tekst o Fairtrade musi się znaleźć na tylnej etykiecie, która może być oddzielnym paskiem.

Opcjonalnie

Znak FAIRTRADE na tylnej etykiecie.

Naklejanie

Przednie i tylne etykiety paskowe muszą być naklejane maszynowo, nie ręcznie.



01 Etykieta przednia

Jeśli znak jest wydrukowany na oddzielnej etykiecie paskowej, musi być ona umieszczona pod etykietą główną.

02 Etykieta tylna

Tekst o Fairtrade może być umieszczony na etykiecie paskowej z tyłu butelki.

03 Umiejscowienie znaku

Znaku nie wolno umieszczać na opasce wokół szyjki butelki. Prostokątna ani kwadratowa naklejka z samym znakiem też nie jest dozwolona.

NAPOJE ALKOHOLOWE BĘDĄCE PRODUKTAMI ZŁOŻONYMI

Napoje alkoholowe będące produktami złożonymi, w których wszystkie składniki, które mogą być Fairtrade, są Fairtrade, muszą być opatrzone znakiem FAIRTRADE ze strzałką oraz odpowiednim tekstem o Fairtrade, w zależności od rodzaju identyfikowalności składników. Zob. s. 57.

Mogą to być takie produkty złożone, jak piwa i cydry smakowe, smakowe sangrie, drinki w butelkach, alkoholowe napoje gazowane, szprycery itd.

Jeśli napój alkoholowy zawiera tylko jeden składnik Fairtrade, prosimy zapytać organizację licencjonującą o model FSI (pochodzenia składnika Fairtrade) (zob. s. 9).

Jeśli oznakowanie markowe ma bardzo jaskrawe kolory, nie jest dozwolone zastosowanie znaku czarnego ani znaku białego na etykietach butelek. Zob. s. 15.

Obowiązują także pozostałe odpowiednie zasady.



Produkt alkoholowy złożony ze znakiem w pełnej wersji barwnej.



Produkt alkoholowy złożony ze znakiem czarno-białym.



Tekst o Fairtrade musi znaleźć się z tyłu (na etykiecie lub nadrukowany na butelce).

PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

KWIATY

POJEDYNCZE KWIATY

Pojedyncze kwiaty lub inne elementy na jednej łodydze, takie jak liście, sprzedawane jako produkty z certyfikatem Fairtrade, muszą mieć przytwierdzoną do łodygi etykietę samoprzylepną ze znakiem FAIRTRADE. Dotyczy to kwiatów, liści itp. na pojedynczej łodydze sprzedawanych indywidualnie lub będących częścią bukietu.

Na etykiecie przytwierdzonej do łodygi obowiązkowe jest podanie numeru FLO ID, a na niektórych rynkach także kodu referencyjnego NFO. Zaleca się także umieścić na etykiecie nazwę kraju pochodzenia, markę lub nazwę/opis produktu.

Tekst o Fairtrade

Jeśli jest miejsce, na etykiecie należy umieścić tekst o Fairtrade dla kwiatów (zob. s. 50). Ze względu na ograniczone miejsce, umieszczanie tekstu o Fairtrade na małych etykietkach nie jest obowiązkowe.

Informacje obowiązkowe

Na etykiecie przytwierdzonej do łodygi: numer FLO ID producenta lub kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach).

Informacje opcjonalne

Tekst o Fairtrade lub odpowiedni adres internetowy info.fairtrade.net.

Zastosowanie

Organizacje producenckie mogą w imieniu licencjodawcy przytwierdzać takie etykiety tylko w celu sprzedaży kwiatów Fairtrade (zob. Standardy Fairtrade).



Etykieta samoprzylepna

Etykieta samoprzylepna na pojedyncze łodygi musi zawierać numer FLO ID producenta. Znaleźć się może na niej także kod referencyjny NFO (na niektórych rynkach jest obowiązkowy).

Etykiety musi przytwierdzić licencjodawca lub organizacja producencka w imieniu licencjodawcy.

PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE OPAKOWANIA KWIATÓW

KWIATY I PRZYBRANIE Z CERTYFIKATEM

Wszystkie wstępnie opakowane kwiaty lub przybranie (liście) z certyfikatem Fairtrade, w pojedynczych łodygach lub bukieciech, sprzedawane jako Fairtrade, muszą mieć umieszczony na opakowaniu znak FAIRTRADE.

Informacje obowiązkowe mogą być wydrukowane na opakowaniu, może być na nim naklejona etykieta lub można zastosować połączenie etykiety i druku na opakowaniu. Znak i tekst o Fairtrade (z URL Fairtrade) muszą być razem.

Bukiety

Chodzi o opakowane wstępnie bukiety, pochodzące od producentów Fairtrade. Znak FAIRTRADE nie wolno używać na bukieciech skomponowanych ponownie, np. w kwiaciarni lub sklepie, w sytuacji gdy te bukiety zawierają także kwiaty lub przybranie bez certyfikatu; nie można ich także nazywać bukiecikami Fairtrade.

Informacje obowiązkowe

Na opakowaniu: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu, FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany), tekst o Fairtrade:

Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net.

Informacje opcjonalne

Właściciel produktu (np. licencjobiorca).

Opcjonalne teksty o Fairtrade

Dodatkowo można wykorzystać opcjonalne teksty ze strony 58.



01

BRAND
PRODUCT TITLE

FLO ID 12345



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net

02

01 Umieszczenie znaku

Aby zapewnić widoczność znaku w sytuacji, kiedy kwiaty są wystawione na sprzedaż w wiaderku, trzeba go umieścić na poziomie dwóch trzecich wysokości opakowania.

02 Etykieta samoprzylepna

Wszystkie informacje obowiązkowe muszą zostać wydrukowane na opakowaniu lub na etykiecie naklejonej na opakowanie.

PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE OPAKOWANIA KWIATÓW

KWIATY Z CERTYFIKATEM SPRZEDAWANE Z PRZYBRANIEM BEZ CERTYFIKATU

Kiedy wszystkie wstępnie opakowane kwiaty mają certyfikat Fairtrade, ale przybranie go nie ma, bukiety muszą mieć znak FAIRTRADE. Dodatkowo obowiązkowe jest zastrzeżenie wyjaśniające, że tylko kwiaty mają certyfikat Fairtrade.

Kwiaty bez certyfikatu

Jeśli nie wszystkie kwiaty w bukiecie są certyfikowane, znak FAIRTRADE na opakowaniu nie jest dozwolony.

Informacje obowiązkowe

- Na opakowaniu: znak FAIRTRADE, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany).
- Tekst o Fairtrade dla kwiatów – zob. s. 50.

Zastrzeżenie

Tekst „Przybranie z upraw konwencjonalnych” należy umieścić pod nazwą/opisem produktu.

Opcjonalne teksty Fairtrade

Dodatkowo można wykorzystać także opcjonalne teksty ze strony 58.



01

BRAND PRODUCT TITLE

Przybranie z farm konwencjonalnych

FLO ID 12345



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net

02

01 Umieszczenie znaku

Aby znak był widoczny, kiedy kwiaty są wystawione na sprzedaż w wiaderku, trzeba go umieścić na poziomie dwóch trzecich wysokości opakowania.

02 Zastrzeżenie

Jeśli kwiaty mają certyfikat Fairtrade, a przybranie nie, trzeba dodać oświadczenie to wyjaśniające.

PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE

OPAKOWANIA BUKIETÓW MIESZANYCH

BUKIETY MIESZANE TWORZONE NA RYNKU DOCELOWYM

W Standardach Fairtrade dla kwiatów i innych roślin zmieniono zasadę dotyczącą składu produktu, tak aby dopuścić maks. 50% kwiatów i przybrania bez certyfikatu Fairtrade w bukiecie, jeśli bukiet jest tworzony przez certyfikowany podmiot handlowy na rynku docelowym i sprzedawany już w opakowaniu. W tej sytuacji trzeba używać podstawowego znaku FAIRTRADE razem z odpowiednim tekstem.

W tekście* można zmienić ilość procentową certyfikowanych elementów bukietu, jeśli jest ona większa niż 50%. Jeśli kwiaty i przybranie z certyfikatem Fairtrade można nazwać, zaleca się, by podać te nazwy. Zalecane jest także podanie zastrzeżenia o kwiatkach i przybraniu bez certyfikatu z podaniem ilości procentowej.

Uwaga: reguła 50% nie dotyczy kwaciarni i innych sprzedawców niemających certyfikatu.

Informacje obowiązkowe

- Na opakowaniu: znak FAIRTRADE, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany).
- Tekst o Fairtrade dla kwiatów – zob. po prawej oraz strona 50.

Opcjonalne zastrzeżenie

Jeśli pochodzenie lokalnych kwiatów i/lub przybrania bez certyfikatu jest znane. Np.:

- „Tulipany z regionu xx w Holandii, ogółem 50%”.
- „Kwiaty i przybranie z Włoch, ogółem 50%”.

Opcjonalne teksty o Fairtrade

Dodatkowo można wykorzystać opcjonalne teksty ze strony 58.

* W stosownych wypadkach można zastosować nadruk



01

BRAND PRODUCT TITLE

Kwiaty i liście z Włoch, ogółem 50%



Te róże mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem 50%. Więcej: www.info.fairtrade.net

02 Jeśli w tekście o Fairtrade podano nazwy kwiatów

Zastrzeżenie można umieścić za tekstem o Fairtrade dla kwiatów lub pod nazwą/opisem produktu.

BRAND PRODUCT TITLE

Tulipany pochodzą z regionu xx w Holandii, ogółem 50%



50% kwiatów i przybrania w tym bukiecie zostało pozyskanych od producentów Fairtrade, wprowadzonych do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net

01 Jeśli w tekście o Fairtrade nie podano nazw kwiatów

- 03 Marka i nazwa produktu
- 04 Opcjonalne zastrzeżenie
- 05 Znak i tekst o Fairtrade dla kwiatów

PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE

OPAKOWANIA BUKJETÓW

PRZEGLĄD TEKSTÓW O FAIRTRADE

TEKSTY O FAIRTRADE OBOK ZNAKU

Teksty o Fairtrade dla kwiatów muszą odzwierciedlać skład bukietu i jasno podawać zawartość kwiatów i przybrania z certyfikatem:

01. 100% składników Fairtrade (s. 47)

Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net

02. 51%-100% składników Fairtrade

Przykład: 75% kwiatów w tym bukiecie zostało pozyskanych od producentów Fairtrade, wprowadzonych do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net

Opcjonalnie: kwiaty i przybranie z [rynek docelowy]**, ogółem 25%.

03. 50% składników Fairtrade (s. 49)

50% kwiatów w tym bukiecie zostało pozyskanych od producentów Fairtrade, wprowadzonych do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade.

Więcej: www.info.fairtrade.net

Opcjonalnie: kwiaty i przybranie z [rynek docelowy]**, ogółem 50%.

Jeśli lokalne przepisy to dopuszczają, można użyć określenia „minimum xx%” lub „minimum [liczba] roślin”.

Jeśli podane są nazwy kwiatów (s. 49)

Te róże*** mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem 50%.

Więcej: www.info.fairtrade.net

Opcjonalnie: kwiaty i przybranie z [rynek docelowy]**, ogółem 50%.

** Np. Holandii, Francji, Polski itd.

*** Można wymienić więcej certyfikowanych gatunków kwiatów.



Opcjonalne teksty Fairtrade

Dodatkowo można także wykorzystać tekst ze strony 57.

BRAND PRODUCT TITLE



Wszystkie kwiaty w tym bukiecie mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net
FLO ID 12345

01

BRAND PRODUCT TITLE

Kwiaty i przybraniem z [kraj]. Ogółem 25%.



75% kwiatów w tym bukiecie zostało pozyskanych od producentów Fairtrade, wprowadzonych do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net
FLO ID 12345

02

BRAND PRODUCT TITLE

Kwiaty i przybraniem z [kraj]. Ogółem 50%.



50% kwiatów w tym bukiecie zostało pozyskanych od producentów Fairtrade, wprowadzonych do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net
FLO ID 12345

03

ROŚLINY

Rośliny z certyfikatem Fairtrade, w doniczkach i bez, muszą mieć znak FAIRTRADE na pojemniku, opakowaniu lub etykiecie.

Informacje obowiązkowe

Na opakowaniu lub etykiecie:

- Znak FAIRTRADE, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany).
- Tekst o Fairtrade dla roślin.

Informacje opcjonalne

Kraj pochodzenia.

Tekst o Fairtrade dla roślin

Ta [nazwa rośliny] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net
FLO ID 12345

Tekst o Fairtrade dla roślin może być wydrukowany na tej samej stronie etykiety co znak FAIRTRADE lub na odwrocie.

Numer FLO ID można umieścić obok tekstu Fairtrade lub w innym miejscu na etykiecie, np. na odwrocie.



01 Etykiety wtykane do doniczki

Jeśli miejsce na etykiecie jest ograniczone, tekst o Fairtrade dla roślin może być wydrukowany na jej odwrocie.



02 Etykiety samoprzylepne

Znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade dla roślin można umieścić na etykiecie.

PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

CEBULKI

CEBULKI

Cebulki z certyfikatem Fairtrade, sprzedawane luzem lub w opakowaniu wstępnym, muszą mieć znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade na kartonie. Poszczególne cebulki nie są oznakowane.

Cebulki zapakowane

Cebulki kwiatowe sprzedawane w siatce lub torbie muszą być oznakowane naklejaną etykietą lub taśmą z informacjami obowiązkowymi i opcjonalnymi.

Informacje obowiązkowe

- Na opakowaniu lub etykiecie: znak FAIRTRADE, marka, nazwa/opis produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany)
- Tekst o Fairtrade poniżej.

Informacje opcjonalne

Kraj pochodzenia.

Tekst o Fairtrade dla cebulek

Ta [nazwa cebulki] ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Więcej: www.info.fairtrade.net
FLO ID 12345

Tekst o Fairtrade dla cebulek może być wydrukowany na tej samej stronie co znak FAIRTRADE lub z boku kartonu.

Numer FLO ID można umieścić obok tekstu Fairtrade lub w innym miejscu na kartonie wraz z innymi informacjami o identyfikowalności.



PRODUKTY NIEŻYWNOSCIOWE

MŁODY MATERIAŁ ROŚLINNY

ROŚLINY Z MŁODEGO MATERIAŁU

Certyfikowanie młodego materiału roślinnego to dla producentów Fairtrade doskonała okazja, by sprzedawać więcej produktów na zasadach Fairtrade. Młody materiał roślinny jest produkowany przez organizacje producentów Fairtrade, hodowany do docelowego rozmiaru w kraju importującym lub konsumenckim przez podmioty mające certyfikat Fairtrade na taką działalność, a następnie sprzedawany konsumentom jako w pełni rozwinięte rośliny.

Młody materiał roślinny Fairtrade obejmuje:

- Młode rośliny
- Sadzonki roślin (ukorzenione i nieukorzenione)
- Pędy

Oznacza to, że tylko młody materiał roślinny ma certyfikat Fairtrade i dlatego opracowano inny tekst o Fairtrade. Na opakowaniach i w materiałach promocyjnych należy używać znaku FAIRTRADE razem z tym obowiązkowym tekstem.

Elementy obowiązkowe

- Znak FAIRTRADE, nazwa marki lub właściciela produktu, numer FLO ID producenta i kod referencyjny NFO (jeśli wymagany).
- Tekst o Fairtrade na temat młodego materiału roślinnego.

Tekst o Fairtrade na temat młodego materiału roślinnego

[Młoda roślina/sadzonka/pęd; opcjonalnie: nazwa rośliny] wyprodukowana przez pracowników gospodarstw rolnych Fairtrade w krajach rozwijających się (lub w regionie X, lub w kraju X) i [opcjonalnie: nazwa w pełni rozwiniętej rośliny] wyhodowana w [kraju Y/UE]. Więcej: www.info.fairtrade.net.

Uwaga: w opcjonalnych częściach obowiązkowego tekstu, wpisanych w [], można podać nazwę młodej rośliny, rośliny w pełni rozwiniętej oraz nazwy krajów pochodzenia i przeznaczenia.



BRAND
PRODUCT TITLE



FLO ID 12345

Fairtrade Claim for young
plant materials
Visit info.fairtrade.net

01 Etykiety wtykane do doniczek

Przykład znaku FAIRTRADE z przodu oraz obowiązkowego tekstu o Fairtrade na odwrocie etykiety wtykanej do doniczki. Znak i tekst można umieścić po tej samej stronie etykiety.

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 Etykiety samoprzylepne

Znak FAIRTRADE i tekst o Fairtrade dla młodego materiału roślinnego można umieścić na naklejce.

PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE PIŁKI SPORTOWE

PIŁKI SPORTOWE

Na piłkach sportowych szytych (klejonych, zgrzewanych) na zasadach Fairtrade musi się znaleźć nazwa marki lub klubu, znak FAIRTRADE z dołączonym tekstem informacyjnym oraz kod referencyjny NFO (jeśli jest wymagany). Informacje te muszą być wydrukowane bezpośrednio na panelach piłki. Znak powinien być widoczny z każdej perspektywy, ale nie może być wydrukowany na piłce więcej niż trzy razy.

Informacje obowiązkowe

Nazwa marki lub klubu musi być wydrukowana na powierzchni piłki oraz być większa i bardziej wyeksponowana od znaku FAIRTRADE. Znakowi musi towarzyszyć informacja określająca rodzaj piłki:

Piłka (rodzaj) uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade, np. „Piłka nożna uszyta zgodnie ze standardami Fairtrade”.

Informacje opcjonalne

Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych jest opcjonalny.

Pod opisem towarzyszącym znakowi FAIRTRADE można umieścić numer FLO ID producenta i/lub kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jedna z tych informacji lub obie mogą być obowiązkowe.

Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

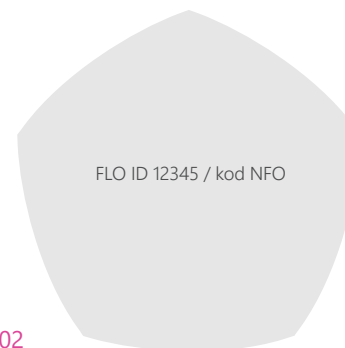
Certyfikacja Fairtrade umożliwia poprawę warunków pracy i życia pracowników, którzy uszyli tę piłkę.
www.info.fairtrade.net.



01

01 Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

Tekst informacyjny musi być wydrukowany bezpośrednio pod każdym znakiem FAIRTRADE.



02

02 Kod referencyjny

Na piłce może być wydrukowany numer FLO ID lub kod referencyjny NFO, pod znakiem FAIRTRADE lub na oddzielnym panelu. Na niektórych rynkach numer FLO ID i/lub kod referencyjny mogą być obowiązkowe.

PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE

PIŁKI SPORTOWE

PIŁKI SPORTOWE PAKOWANE

Pakowane piłki sportowe z certyfikatem Fairtrade muszą mieć nazwę marki lub klubu, znak FAIRTRADE, tekst o Fairtrade dla piłek sportowych i/lub adres strony internetowej Fairtrade na opakowaniu (pudełku, siatce, folii itd.). Na opakowaniu opcjonalnie może znaleźć się także numer FLO ID lub kod referencyjny NFO.

Jeśli nazwa marki i znak FAIRTRADE wydrukowane na piłce są wyraźnie widoczne, nie trzeba ich powtarzać na opakowaniu zewnętrznym.

Informacje obowiązkowe

Nazwa marki lub klubu, znak FAIRTRADE, tekst o Fairtrade dla piłek sportowych.

Tekst o Fairtrade dla piłek sportowych

Certyfikacja Fairtrade umożliwia poprawę warunków pracy i życia pracowników, którzy uszyli tę piłkę. Więcej: www.info.fairtrade.net.

Informacje opcjonalne

Pod opisem towarzyszącym znakowi FAIRTRADE można umieścić numer FLO ID producenta i/lub kod referencyjny NFO. Na niektórych rynkach jedna z tych informacji lub obie mogą być obowiązkowe.



01 Opakowanie zewnętrzne

Jeśli nazwa marki i znak FAIRTRADE wydrukowane na piłce są wyraźnie widoczne, nie trzeba ich powtarzać na opakowaniu zewnętrznym, ale można je tam umieścić.



02 Opakowanie zewnętrzne

Jeśli nazwa marki jest wyraźnie widoczna, ale znak FAIRTRADE nie, znak można wydrukować na opakowaniu zewnętrznym, razem z tekstem dla piłek sportowych. Jeśli nazwa marki też nie jest widoczna, ona także musi zostać wydrukowana na opakowaniu.

02

CZĘŚĆ DRUGA

2.3 TEKSTY O FAIRTRADE

TEKST O FAIRTRADE TO KRÓTKI TEKST WYJAŚNIAJĄCY KONSUMENTOM ZNACZENIE ŻNAKU FAIRTRADE. TEKST O FAIRTRADE I ADRES URL FAIRTRADE SĄ OBOWIĄZKOWE NA KAŻDYM OPAKOWANIU.

TEKSTY O FAIRTRADE – PRZEGLĄD

TEKSTY O FAIRTRADE

Teksty o Fairtrade stosuje się na opakowaniach produktów złożonych lub jednoskładnikowych ze składnikami fizycznie identyfikowalnymi lub pozyskiwanymi na zasadzie bilansu masy. Tekst o Fairtrade musi zostać podany w co najmniej w jednym języku.

Zgodnie z przepisami Unii Europejskiej składniki Fairtrade i/lub ilość procentowa składników Fairtrade muszą być podane na opakowaniu w spisie oddzielnym od listy składników produktu. Na głównej liście składników produktu nie wolno używać pisemnych ani graficznych elementów identyfikujących, np. wytłuszczonej czcionki czy symboli, oznaczających składniki Fairtrade i/lub ich ilość procentową.

Jak stwierdzono w punkcie 2.2 Fairtrade Trader Standard, zawartość składników Fairtrade w żywnościowym produkcie złożonym musi być podana na opakowaniu w procentach, o ile nie jest to sprzeczne z przepisami prawa krajowego. Składniki Fairtrade, które dopuszczono w ramach wyjątku (punkt 2.2.4), muszą być oddzielnie zidentyfikowane na opakowaniu.

Zalecane jest podawanie informacji o składnikach Fairtrade i/lub procentowej ilości tych składników w produkcie na stronie internetowej prowadzonej przez licencjodawcę i/lub markę. Treść takiej podstrony trzeba przedstawić do zatwierdzenia organizacji licencjonującej.

Prosimy pamiętać, że obowiązek zapewnienia zgodności opakowania produktu ze wszystkimi odpowiednimi przepisami dotyczącymi znakowania w danej jurysdykcji na obszarze lub obszarach, na których sprzedawany jest produkt, spoczywa na licencjodawcy.

Informacje obowiązkowe

Umieszczenie na opakowaniu tekstu o Fairtrade jest obowiązkowe. Tekst musi zawierać informacje o składnikach z certyfikatem Fairtrade oraz odpowiedni adres URL Fairtrade. Tekst o Fairtrade na opakowaniu musi być w co najmniej jednym języku, najlepiej angielskim. Konieczne jest także podanie adresu strony internetowej www.info.fairtrade.net. Pierwsze zdanie jest obowiązkowe (wersja skrócona), drugie opcjonalne (wersja preferowana).

Strona internetowa Fairtrade

Strona internetowa jest częścią tekstu o Fairtrade. Jej celem jest dostarczenie konsumentom szerszych informacji o Fairtrade. Przy sprzedaży międzynarodowej trzeba odwoływać się do międzynarodowej strony: www.info.fairtrade.net.

Jeśli produkt jest sprzedawany wyłącznie w kraju, w którym jest obecna krajowa organizacja Fairtrade (NFO) lub organizacja wspierająca (Fairtrade Marketing Organization, FMO), dozwolone jest podawanie strony krajowej.

Rodzaj identyfikowalności

W zależności od rodzaju kontroli pochodzenia składników (fizycznej identyfikowalności lub bilansu masy) stosuje się jeden z dwóch tekstów. Każdy z nich jest w dwóch wersjach: krótszej i dłuższej, w zależności od dostępnego miejsca. Każdy z tych tekstów jest sformułowany w sposób zgodny z wymogami Unii Europejskiej dotyczącymi transparentności informacji na opakowaniach.

Informacje opcjonalne

Znak FAIRTRADE można umieścić z tyłu opakowania, jeśli pozwala na to miejsce, ale nie jest to obowiązkowe.

TEKSTY O FAIRTRADE

FIZYCZNA IDENTYFIKOWALNOŚĆ

FIZYCZNA IDENTYFIKOWALNOŚĆ

Zastosowanie:

Produkty złożone lub jednoskładnikowe

Zgodnie z przepisami Unii Europejskiej składniki Fairtrade i/lub ilość procentowa składników Fairtrade muszą być podane na opakowaniu w spisie oddzielnym od listy składników produktu.

Wyróżnianie składników Fairtrade i/lub ich procentowej ilości na głównej liście za pomocą formatowania (np. wytłuszczonej czcionki) lub elementów graficznych (symboli) nie jest dozwolone.

Zgodnie z punktem 2.2 Fairtrade Trader Standard zawartość składników Fairtrade w żywnościowym produkcie złożonym musi być podana na opakowaniu w procentach, o ile nie jest to sprzeczne z przepisami prawa krajowego. Składniki Fairtrade, które dopuszczono w ramach wyjątku (punkt 2.2.4), muszą być oddzielnie zidentyfikowane na opakowaniu.

Zalecane jest podawanie informacji o składnikach Fairtrade i/lub procentowej ilości tych składników w produkcie na stronie internetowej prowadzonej przez licencjobiorcę i/lub markę. Treść takiej podstrony trzeba przedstawić do zatwierdzenia organizacji licencjonującej.

Prosimy pamiętać, że obowiązek zapewnienia zgodności opakowania produktu ze wszystkimi odpowiednimi przepisami dotyczącymi znakowania w danej jurysdykcji na obszarze lub obszarach, na których sprzedawany jest produkt, spoczywa na licencjobiorcy.

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

TEKSTY O FAIRTRADE

1. Krótka wersja, gdy brak miejsca

[Nazwa fizycznie identyfikowalnego składnika Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, został pozyskany od producentów Fairtrade, wprowadzony do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem xx%.
Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

Przykład:

Nerkowce, rodzynki i migdały mają certyfikat Fairtrade, zostały pozyskane od producentów Fairtrade, wprowadzone do obrotu i podlegają audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem 65%.
Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

2. Wersja preferowana

Fairtrade przyczynia się do zrównoważonego rozwoju certyfikowanych producentów, oferując lepsze warunki handlowe, stymulując zmiany społeczne i chroniąc środowisko. [Nazwa fizycznie identyfikowalnego składnika Fairtrade] ma certyfikat Fairtrade, został pozyskany od producentów Fairtrade, wprowadzony do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem xx%.
Więcej {informacji} na www.info.fairtrade.net/sourcing

Przykład:

Fairtrade przyczynia się do zrównoważonego rozwoju certyfikowanych producentów, oferując lepsze warunki handlowe, stymulując zmiany społeczne i chroniąc środowisko. Ta kawa ma certyfikat Fairtrade, została pozyskana od producentów Fairtrade, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade. Ogółem 100%.
Więcej {informacji} na www.info.fairtrade.net/sourcing

Do tego tekstu można dołączyć tekst przygotowany przez licencjobiorcę i zatwierdzony przez organizację licencjonującą, w którym wskazano źródło składnika/-ów Fairtrade.

3. Teksty opcjonalne

Jeśli istnieje wolne miejsce, do tekstu o Fairtrade można wstawić dodatkowe zdanie, które pomaga konsumentom zrozumieć, w jaki sposób dzięki swoim zakupom wspierają producentów Fairtrade.

Przykłady:

Zakupy

A. Kupując produkty od producentów Fairtrade, sprawiasz, że otrzymują oni korzystne ceny za swoje plony oraz pracują w godnych warunkach.

B. Kupując ten produkt, wspierasz działania Fairtrade na rzecz znaczącego ułatwienia producentom [składnik Fairtrade] dostępu do rynku, dzięki czemu mogą oni rozwijać swoje gospodarstwa i wywierać pozytywny wpływ na życie lokalnych społeczności.

Wspieranie lokalnych społeczności

Część ceny za produkt wytworzony w ramach systemu Fairtrade jest przeznaczana przez rolników oraz pracowników najemnych na projekty zwiększające efektywność pracy, wspierające ochronę środowiska i przyczyniające się do poprawy życia lokalnych społeczności.

Zrównoważony rozwój

A. Standardy Fairtrade opracowano po to, by przyczyniały się do zrównoważonego rozwoju lokalnych społeczności i chroniły środowisko, w którym uprawiane są produkty Fairtrade.

B. Sprzedając większe ilości [składnik Fairtrade] na zasadach Fairtrade, producenci w systemie Fairtrade otrzymują lepsze warunki handlowe, mogą wywierać pozytywny wpływ na życie lokalnych społeczności i chronić środowisko naturalne.

BILANS MASY

Zastosowanie:

1. Produkty złożone (np. batoniki) lub jednoskładnikowe (np. herbata, sok owocowy).
2. Produkty złożone z mieszkanką składników identyfikowalnych i nieidentyfikowalnych.

Słowo „certyfikowany” w odniesieniu do składnika sugeruje fizyczną identyfikowalność, więc nie można go używać.

Składniki Fairtrade i/lub ilość procentowa składników Fairtrade muszą być podane na opakowaniu w spisie oddzielnym od listy składników produktu.

Wyróżnianie składników Fairtrade i/lub ich procentowej ilości na głównej liście za pomocą formatowania (np. wytłuszczonej czcionki) lub elementów graficznych (symboli) nie jest dozwolone.

Zgodnie z punktem 2.2 Fairtrade Trader Standard zawartość składników Fairtrade w żywnościowym produkcie złożonym musi być podana na opakowaniu w procentach, o ile nie jest to sprzeczne z przepisami prawa krajowego. Składniki Fairtrade, które dopuszczono w ramach wyjątku (punkt 2.2.4), muszą być oddzielnie zidentyfikowane na opakowaniu.

Składniki Fairtrade zidentyfikowane w tekście o bilansie masy to składniki pozyskane na zasadach Fairtrade. Tekst na opakowaniu nie może sugerować, że składnik pozyskany na zasadach bilansu masy znajduje się fizycznie w produkcie.

Zalecane jest podawanie informacji o składnikach Fairtrade i/lub procentowej ilości tych składników w produkcie na stronie internetowej prowadzonej przez licencjobiorcę i/lub markę. Treść takiej podstrony trzeba przedstawić do zatwierdzenia organizacji licencjonującej.

TEKSTY O FAIRTRADE

1. Krótka wersja, gdy brak miejsca

[Składnik w bilansie masy] Fairtrade może być wymieszany z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Ogółem xx%.
Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

Przykład:

Kakao Fairtrade może być wymieszane z kakao bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Ogółem 57%.
Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

2. Wersja preferowana

Ilość [składnik w bilansie masy] potrzebna do powstania tego produktu została pozyskana, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade, po to by producenci mogli sprzedawać [składnik w bilansie masy] na zasadach Fairtrade. [Składnik w bilansie masy] Fairtrade może być wymieszany {podczas przetwarzania} z [składnik w bilansie masy] bez certyfikatu Fairtrade, przy czym łączna użyta ilość [składnik w bilansie masy] jest równa ilości pozyskanej na zasadach Fairtrade (bilans masy). Ogółem xx%.
Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

Przykład:

Ilość kakao i cukru potrzebna do powstania tego produktu została pozyskana, wprowadzona do obrotu i podlega audytowi w systemie Fairtrade, po to by producenci mogli sprzedawać kakao i cukier na zasadach Fairtrade. Kakao i cukier Fairtrade mogą być wymieszane {podczas przetwarzania} z kakao i cukrem bez certyfikatu Fairtrade, przy czym łączna użyta ilość kakao i cukru jest równa ilości pozyskanej na zasadach Fairtrade (bilans masy). Ogółem 68%. Więcej: info.fairtrade.net/sourcing

3. Wersja minimum (gdy na opakowaniu brak miejsca lub wymagany jest opis w kilku językach)

[Składnik w bilansie masy] Fairtrade: ilość w bilansie masy odpowiada ilości pozyskanej na zasadach Fairtrade. Ogółem xx%.

Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

Fizyczna identyfikowalność co najmniej jednego składnika

Do obowiązkowego tekstu o Fairtrade można dołączyć własny tekst o fizycznej identyfikowalności co najmniej jednego składnika produktu, w sytuacji gdy reszta składników została pozyskana na zasadach bilansu masy, o ile tekst ten został wcześniej zaaprobowany przez dział ds. licencji w Fairtrade International.

Teksty opcjonalne

Patrz strona poprzednia.

* Tekst w { } jest opcjonalny.

* Zamiast tekstu w [] musi pojawić się odpowiednia nazwa lub informacja.

* Tekst w () jest obowiązkowy, na przykład (bilans masy)

TEKSTY O FAIRTRADE

IDENTYFIKOWALNOŚĆ MIESZANA

SKŁADNIKI FIZYCZNIE IDENTYFIKOWALNE ORAZ Z BILANSU MASY

Pamiętaj:

- Licencjodawca i/lub właściciel marki (jeśli są to różne podmioty) odpowiada za wszelkie deklaracje na opakowaniu dotyczące korzyści dla określonych organizacji producentów Fairtrade. Tego typu deklaracje muszą być poparte dowodami.
- Informacje uzupełniające związane z daną deklaracją muszą być dostępne dla konsumentów na stronie internetowej prowadzonej przez licencjodawcę i/lub markę.
- Adres strony internetowej prowadzonej przez licencjodawcę i/lub markę musi być podany na opakowaniu.
- Na opakowaniu nie można umieszczać żadnych deklaracji bez podania adresu strony internetowej zawierającej więcej informacji.
- Treść tej strony musi zostać przedstawiona do zatwierdzenia organizacji licencjonującej. Informacje kontaktowe – zob. ostatnia strona.

Na opakowaniu można zamieszczać informacje o korzyściach, które uzyskują producenci Fairtrade w określonym kraju pod warunkiem braku odwołania do konkretnego składnika.

Przykładowa dozwolona deklaracja:

(tylko jeśli poparta dowodami)

Producenci Fairtrade w Ghanie wykorzystali premię Fairtrade do zbudowania szkoły.

PRODUKTY ZAWIERAJĄCE PONAD 50% PŁYNÓW

W przypadku produktów zawierających ponad 50% wody lub płynnego nabiału licencjodawcy mogą wyłączyć całą dodaną wodę lub nabiał z obliczeń procentowych. Dotyczy to także soków z koncentratu, ale nie świeżych soków.

Obok ilości procentowej składnika Fairtrade (jeśli jest obliczana z wyłączeniem wody lub nabiału) należy dodać tekst: „nie licząc wody”, „nie licząc nabiału”, „nie licząc mleka”, „nie licząc jogurtu”, „nie licząc (nazwa płynnego składnika, który jest wyłączony z obliczeń)”.

Zob. Fairtrade Trader Standard, punkt 2.2.2.

Należy zastosować tekst o Fairtrade dla odpowiedniego rodzaju identyfikowalności.

Przykład:

Jeśli obliczono, że procentowa zawartość cukru w napoju gazowanym wynosi 85% (nie licząc wody), na opakowaniu musi być zaznaczone, że z obliczeń wyłączono wodę.

Cukier Fairtrade może być wymieszany z cukrem bez certyfikatu Fairtrade na zasadach bilansu masy. Ogółem 85%, nie licząc wody.

Więcej: www.info.fairtrade.net/sourcing

Pamiętaj:

- Licencjodawca i/lub właściciel marki (jeśli są to różne podmioty) odpowiada za wszelkie deklaracje na opakowaniu dotyczące korzyści dla określonych organizacji producentów Fairtrade. Tego typu deklaracje muszą być poparte dowodami.
- Informacje uzupełniające związane z daną deklaracją muszą być dostępne dla konsumentów na stronie internetowej prowadzonej przez licencjodawcę i/lub markę.
- Adres strony internetowej prowadzonej przez licencjodawcę i/lub markę musi być podany na opakowaniu.
- Na opakowaniu nie można umieszczać żadnych deklaracji bez podania adresu strony internetowej zawierającej więcej informacji.
- Treść tej strony musi zostać przedstawiona do zatwierdzenia organizacji licencjonującej. Informacje kontaktowe – zob. ostatnia strona.

ZASTOSOWANIE

Część 2.1 „Traceability” (Identyfikowalność) w Fairtrade Trader Standard dotyczy wszystkich podmiotów Fairtrade.

Sekcja 2.2 „Product Composition” (Skład produktu) dotyczy wszystkich spożywczych produktów złożonych certyfikowanych od 1 lipca 2011 r. Produkty, które otrzymały certyfikat przed 1 lipca 2011 r. miały dwuletni okres przejściowy.

Jeśli chodzi o zmiany w Standardach Fairtrade, okres przejściowy na zastosowanie oznakowania zgodnego z aktualnymi standardami Fairtrade dla przedsiębiorców (Fairtrade Trader Standard) został określony w umowie licencyjnej. W celu uzyskania dalszych informacji prosimy kontaktować się z organizacją licencjonującą.



CZĘŚĆ TRZECIA

WYTYCZNE DOTYCZĄCE

MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

03

CZĘŚĆ TRZECIA

3.1 PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

TA SEKCJA OBEJMUJE
ZASTOSOWANIE ZNAKU FAIRTRADE
DO KOMUNIKACJI W SPRZEDAŻY
DETALICZNEJ, W KAWIARNIACH
I RESTARACHACJACH, W REKLAMIE
DRUKOWANEJ I INTERNETOWEJ
ORAZ DO PROMOCJI.

PRZEGLĄD

Pamiętaj, że wszystkie produkty identyfikowane i promowane jako Fairtrade muszą mieć certyfikat Fairtrade oraz odpowiedni znak FAIRTRADE. W tej sekcji mowa o zastosowaniu znaku na materiałach promocyjnych używanych w hotelach, restauracjach, kawiarniach, niezależnych cukierniach i na automatach sprzedających.

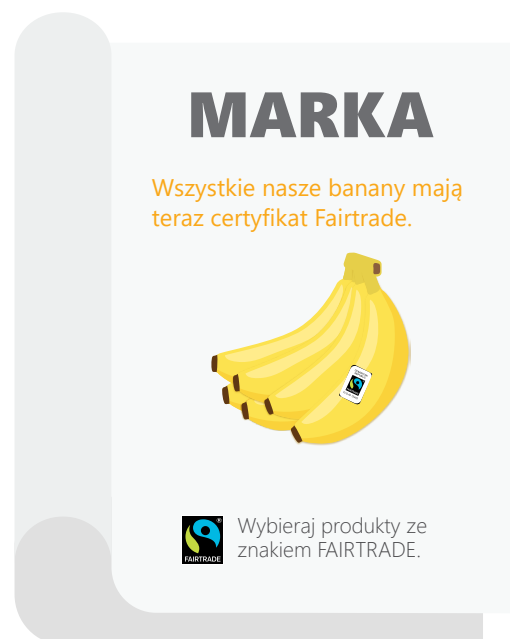
Umiejscowienie

Elementy Fairtrade na materiale promocyjnym muszą być umieszczone lub zgrupowane razem, zob. s. 28. Zawsze muszą być mniej wyeksponowane niż marka i nigdy nie mogą być wykorzystywane w sposób sugerujący lansowanie lub sponsorowanie wydarzenia czy marki przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade, jeśli te nie udzieliły na to pisemnej zgody. Materiały promocyjne powinny znajdować się w pobliżu produktów Fairtrade.

Oznakowanie wspólne z innymi znakami etycznymi

Obowiązkowe elementy Fairtrade muszą być przedstawione tak, aby widać było ich niezależność od innych znaków etycznych, zob. strona 20. Znak FAIRTRADE nie może dominować i sprawiać przez to wrażenie „załączania” materiałów promocyjnych.

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



01



02

01 Elementy Fairtrade

Elementy Fairtrade muszą być zgrupowane razem i być mniej wyeksponowane niż marka.

02 Nazwa marki

Na materiałach promocyjnych nazwa marki i/lub logo marki muszą być zawsze wyraźnie widoczne.

03 Przekaz

Przekaz na temat produktu Fairtrade musi być klarowny.



03

PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

Kawiarnie i restauracje

Niniejsze wytyczne mają umożliwić prawidłowe promowanie produktów Fairtrade w przestrzeni publicznej. Przedstawione w materiałach promocyjnych produkty muszą być wyraźnie powiązane ze znakiem FAIRTRADE, któremu towarzyszy hasło nawiązujące do produktów, np. wezwanie do działania albo krótki opis, np.: Nasza kawa i herbata mają certyfikat Fairtrade.

Na takich przedmiotach jak tablice menu, kubki czy karty lojalnościowe musi znajdować się tylko jeden znak FAIRTRADE.

Kubki i opaski na kubki

Znak FAIRTRADE na jednorazowych kubkach lub opaskach (ochraniaczach) na kubki można umieścić tylko wtedy, gdy firma lub marka oferuje wyłącznie produkty z certyfikatem Fairtrade w całej kategorii produktów, a na kubku lub opasce zamieszczono nazwę marki.

Przykłady tekstów

Oferujemy wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade. Herbaty (odpowiednie nazwy) mają certyfikat Fairtrade. Podajemy kawę i herbatę z certyfikatem Fairtrade.

Informacje opcjonalne

Adres strony internetowej Fairtrade
Więcej: www.info.fairtrade.net

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



01



02



03

01 Elementy Fairtrade

Elementy Fairtrade muszą być zgrupowane razem i być mniej wyeksponowane niż marka.

02 Nazwa marki

Na materiałach promocyjnych nazwa marki i/lub logo marki muszą być zawsze wyraźnie widoczne.

03 Przekaz

Przekaz na temat produktu Fairtrade musi być klarowny.

STOSOWANIE SŁOWA FAIRTRADE

Słowa „Fairtrade” można używać wyłącznie w odniesieniu do produktów z certyfikatem Fairtrade: „Kawa z certyfikatem Fairtrade”. Prosimy o nieużywanie słowa Fairtrade w sensie ogólnym, bez podania konkretnego składnika Fairtrade.

Na przykład nie należy używać sformułowania „cappuccino Fairtrade” czy „latte Fairtrade”, bo to kawa zawarta w tym napoju ma certyfikat Fairtrade, a nie samo cappuccino. Nie wolno także stosować takich określeń jak „menu Fairtrade” czy „Jesteśmy kawiarnią Fairtrade”.

Aby móc użyć zdania „Oferujemy wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade”, wszystkie rodzaje serwowanej kawy, w tym kawa przelewowa i bezkofeinowa, muszą mieć certyfikat Fairtrade i być opatrzone znakiem FAIRTRADE.

To samo dotyczy innych produktów, takich jak herbata i napoje czekoladowe.

Znaku nie wolno stosować w odniesieniu do produktów, które nie mają certyfikatu Fairtrade.



Prawidłowe zastosowanie

Przedstawione produkty Fairtrade zawsze muszą być jasno powiązane ze znakiem FAIRTRADE.

Produkty Fairtrade muszą być oznaczone gwiazdką odsyłającą do opisu, w którym wymienione są dostępne produkty.



Czego unikać

1. Nie używaj takich terminów jak „menu Fairtrade” czy „kawiarnia Fairtrade”.
2. Nie opisuj słowem Fairtrade produktów, które nie są w 100% Fairtrade.
3. Produkty Fairtrade i nie-Fairtrade muszą być wyraźnie rozdzielone.
4. Nie używaj słowa Fairtrade w sensie ogólnym, bez podania konkretnego składnika Fairtrade.

MATERIAŁY PROMOCYJNE HORECA, SPRZEDAŻ DETALICZNA

PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

Zachęcamy sklepy i inne punkty sprzedaży detalicznej do promowania produktów Fairtrade za pomocą plakatów, ulotek, naklejek i innych rodzajów materiałów promocyjnych.

Jeśli na tych materiałach pojawia się znak FAIRTRADE, musi mu towarzyszyć wezwanie do działania, np.:

- Pytaj o produkty Fairtrade
- Tu kupisz produkty ze znakiem FAIRTRADE
- Wybieraj/kupuj produkty ze znakiem FAIRTRADE

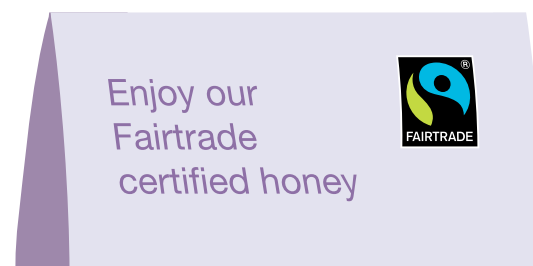
Hotele i restauracje samoobsługowe

Hotele i restauracje mogą np. chcieć wyróżnić miód z certyfikatem Fairtrade, np. kiedy jest on podawany na śniadanie w miseczce, aby zasygnalizować zaangażowanie hotelu w Fairtrade. Miód można oznaczyć np. za pomocą ulotki stojącej (rys. 02) z odpowiednim tekstem.

Specjalistyczne sklepy z wyrobami czekoladowymi

Prosimy zapytać o wskazówki, korzystając z danych kontaktowych na ostatniej stronie.

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



02



01



01

01 Plakaty, potykacze

Na plakatach ze znakiem FAIRTRADE musi się znaleźć wezwanie do działania lub inne hasło określające ofertę Fairtrade.

02 Ulotki stojące

Hotele, restauracje i kawiarnie (także te w sieciach handlowych) mogą promować sprzedawane produkty Fairtrade na ulotkach i plakatach.

MATERIAŁY PROMOCYJNE SPRZEDAŻ DETALICZNA

PROMOWANIE PRODUKTÓW FAIRTRADE

Produkty Fairtrade opatrzone znakiem FAIRTRADE można promować w punktach sprzedaży detalicznej, kiedy sam sklep jest licencjobiorcą i właścicielem produktów i/lub kiedy sprzedaje produkty Fairtrade różnych marek.

Produkty Fairtrade trzeba wyraźnie oznaczyć, umieszczając w ich pobliżu bannery, wywieszki, wobblery, cenówki i inne materiały POS z odpowiednimi znakami FAIRTRADE i nazwą produktu. Produkty na tej samej półce mogą być opatrzone różnymi znakami FAIRTRADE, w zależności od modelu pozyskiwania składników. Informacje o SRP (opakowaniach gotowych na półkę) – zob. s. 32.

Materiały POS w pobliżu wejścia do sklepu, z dala od produktu, powinny kierować konsumentów do odpowiedniego miejsca w sklepie, gdzie można znaleźć produkty Fairtrade.

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



01



02



03

MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY SPRZEDAJĄCE

MARKOWE AUTOMATY SPRZEDAJĄCE – ZE SZKLANYM FRONTEM

Mieszany asortyment Fairtrade i nie-Fairtrade

Aby umieścić znak FAIRTRADE na automacie, co najmniej 50% miejsca w nim muszą zajmować produkty z certyfikatem Fairtrade.

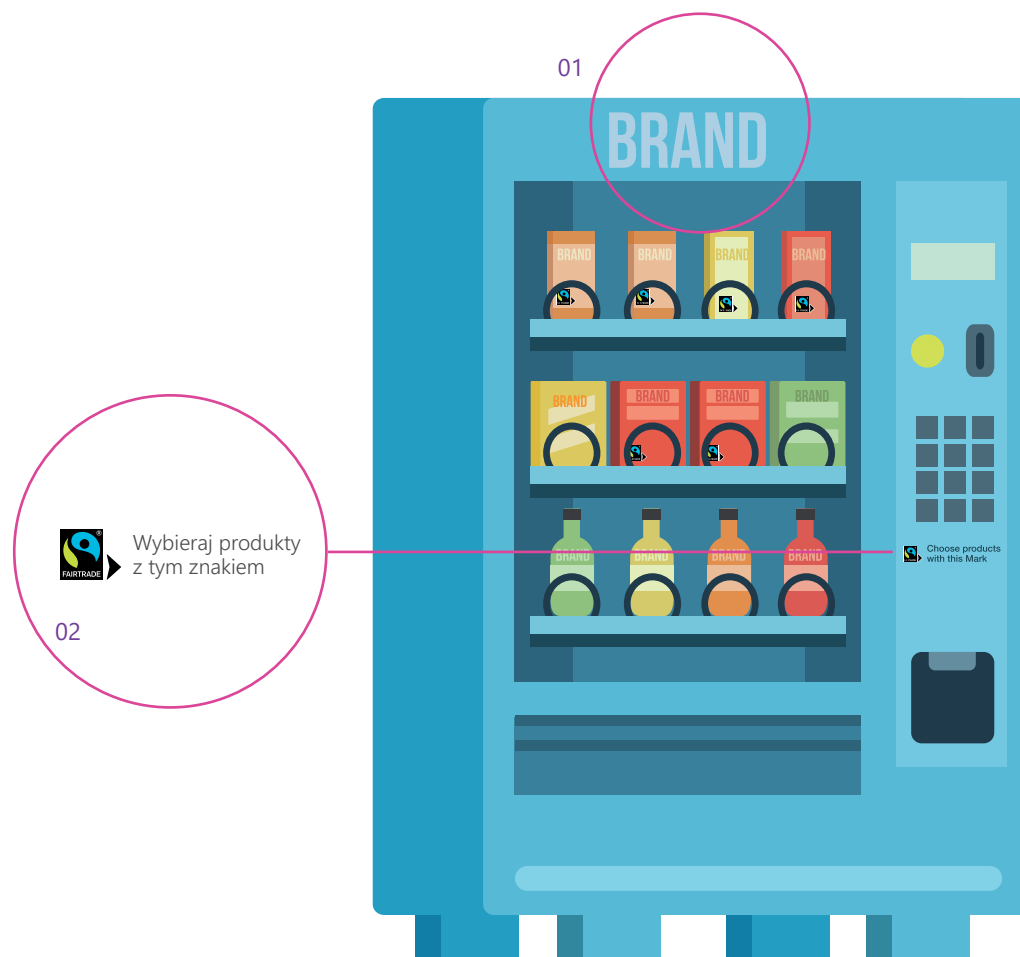
Wezwanie do działania

Obok znaku musi się znaleźć zwrot zachęcający do działania, np.:

- Wybieraj produkty z tym znakiem
- Dowiedz się więcej o Fairtrade
Opcjonalnie można dodać tekst o Fairtrade (zob. s. 57-60). Zamiast międzynarodowej strony internetowej Fairtrade można użyć adresu URL organizacji krajowej.
- Szukaj znaku FAIRTRADE na produktach
Opcjonalnie można dodać tekst o Fairtrade (zob. s. 58-60). Zamiast międzynarodowej strony internetowej Fairtrade można użyć adresu URL organizacji krajowej.
- Pytaj o produkty ze znakiem FAIRTRADE.

Tekst o Fairtrade – opcjonalnie

Zob. teksty o Fairtrade zaczynające się na stronie 57.



01 Nazwa marki

Na automacie sprzedającym musi się znaleźć oddzielna, wyraźnie widoczna nazwa i/lub logo marki.

02 Marka i zwrot zachęcający do działania

Znak FAIRTRADE musi być umieszczony tak, by nie był powiązany z marką producenta.

Obok znaku musi się znaleźć zwrot zachęcający do działania.

MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY SPRZEDAJĄCE

MARKOWE AUTOMATY – NA PRODUKTY Z CERTYFIKATEM FAIRTRADE

Kiedy automat sprzedaje jeden rodzaj produktu, który ma certyfikat Fairtrade, albo cały towar w automacie ma certyfikat Fairtrade, muszą być przestrzegane następujące zasady:

- Jeśli stosowane są zdjęcia czy obrazy produktu, muszą być wiernym odzwierciedleniem zatwierdzonego opakowania detalicznego.
- Automat musi zawierać produkty z certyfikatem Fairtrade, przedstawione na zdjęciu lub zdjęciach opakowań.

Kiedy znak FAIRTRADE przedstawiony jest także oddzielnie od obrazu opakowania, obok znaku musi się znaleźć towarzyszący mu tekst, np.: Automat oferuje wyłącznie czekoladę z certyfikatem Fairtrade.

Wezwanie do działania

Można użyć także zwrotu zachęcającego do działania, takiego jak: **Kupuj produkty z tym znakiem.**

Opcjonalny tekst o Fairtrade

Można dodać również jeden z tekstów o Fairtrade – zob. strony 57 i 58.

Aby wykorzystać na automacie sprzedającym obrazy produktu lub teksty od producenta, prosimy skontaktować się z organizacją licencjonującą w celu ich zatwierdzenia.



01 Tekst towarzyszący

Jeśli na automacie umieszczono znak FAIRTRADE, musi się obok niego znaleźć tekst towarzyszący.

02 Zdjęcie produktu/ów

Jeśli jest stosowane, musi być wiernym przedstawieniem zatwierdzonego opakowania detalicznego.

MATERIAŁY PROMOCYJNE AUTOMATY SPRZEDAJĄCE

AUTOMATY DO SPRZEDAŻY NAPOJÓW GORĄCYCH

Znak FAIRTRADE można umieszczać na automatach do napojów gorących, sprzedających głównie produkty Fairtrade, z drugorzędnymi składnikami nie-Fairtrade (np. automat z gorącą czekoladą Fairtrade, który dodaje do niej mleko bez certyfikatu).

Automat sprzedający może:

- być oznakowany marką produktu Fairtrade;
- być oznakowany marką innej firmy, a wtedy produkty Fairtrade muszą być oznaczone na obudowie;
- być nieoznakowany marką (poza marką właściciela lub operatora automatu), a produkty Fairtrade muszą być oznaczone na obudowie.

Na automacie sprzedającym musi się znaleźć:

- marka lub zdjęcie produktu Fairtrade sprzedawanego w tym automacie;
- tekst informujący o produktach Fairtrade sprzedawanych w tym automacie, umieszczony obok znaku FAIRTRADE, np. **Ten automat sprzedaje wyłącznie kawę z certyfikatem Fairtrade.**

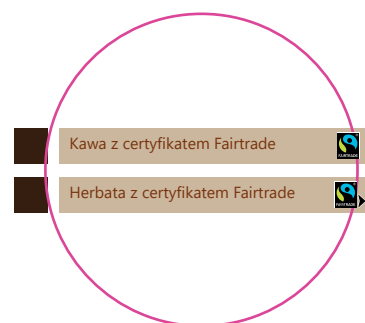
Wezwanie do działania

Można użyć także zwrotu zachęającego do działania, takiego jak: **Wybieraj produkty z tym znakiem.**

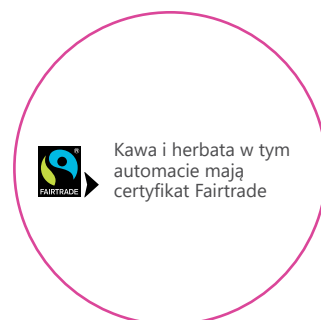
Opcjonalny tekst o Fairtrade

Można dodać również jeden z tekstów o Fairtrade – strony 57 i 58.

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



02



03



01 Nazwa marki

Automat sprzedający musi mieć wyraźnie widoczną oddzielną nazwę i/lub logo marki.

02 Produkty Fairtrade

Produkty Fairtrade muszą być umieszczone w widocznym miejscu, np. obok przycisku.

03 Tekst

Obok znaku FAIRTRADE musi się znaleźć tekst potwierdzający, jakie produkty Fairtrade są oferowane przez ten automat.

REKLAMA DRUKOWANA I INTERNETOWA

Znak FAIRTRADE może być wykorzystywany w reklamach drukowanych i z ruchomymi obrazami lub w artykułach sponsorowanych, o ile przestrzegane są poniższe wytyczne.

Musi być jasne, jaka firma lub marka jest reklamowana. Nie może być wątpliwości, że znak FAIRTRADE reprezentuje niezależny system certyfikacji produktów. Nie może być stosowany w jakikolwiek sposób, sugerujący lansowanie marki ani też nie może być używany zamiast marki.

Firmy powinny unikać umieszczania znaku FAIRTRADE w prawym dolnym rogu strony lub ekranu, co mogłoby sugerować, że reklamodawcą jest Fairtrade.

Teksty i twierdzenia o Fairtrade

Wszystkie teksty o jakiegokolwiek części systemu Fairtrade muszą być jasne i dokładne, a formułowane o Fairtrade twierdzenia uzgodnione z organizacją krajową, czyli albo zaczerpnięte z listy ustalonych twierdzeń, albo przedstawione Fairtrade do akceptacji.

Uwaga: w przypadku mieszanej oferty produktów fizycznie identyfikowalnych (np. kawa) oraz produktów wprowadzanych do obrotu na zasadach bilansu masy (np. herbata i produkty z kakao), można używać samego znaku FAIRTRADE ze strzałką. Zob. strony 8 i 14.



01

01 Reklama drukowana

Znak FAIRTRADE można stosować w reklamie drukowanej i artykułach sponsorowanych.



02

02 Ruchomy obraz

W reklamie (np. internetowej lub telewizyjnej) wykorzystującej ruchome obrazy tekst o Fairtrade nie jest wymagany, o ile przekaz jest jasny.

MATERIAŁY PROMOCYJNE PRASA I WYDARZENIA

ARTYKUŁY PRASOWE

Aby znak FAIRTRADE mógł być użyty w artykule prasowym, musi być właściwie umieszczony: w bezpośrednim sąsiedztwie tej części artykułu, w której mowa o Fairtrade.

WYDARZENIA LUB PROMOCJE ZWIĄZANE Z FAIRTRADE

Organizując specjalne wydarzenie promujące produkty Fairtrade, można zasygnalizować zaangażowanie w Fairtrade za pomocą stoisk z produktami Fairtrade, a same produkty wyświetlać z rzutnika lub innego urządzenia na ekranach, jasnych ścianach lub spokojnych tłach.

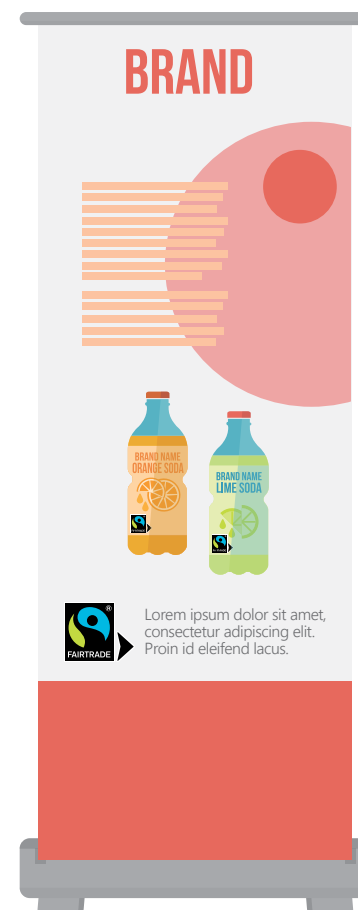
Znaku FAIRTRADE nie można używać tak, by sugerował lansowanie lub sponsorowanie wydarzenia przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade bez wcześniejszego uzyskania pisemnej zgody.

Zastosowanie znaku FAIRTRADE wraz z tekstem na poszczególnych rodzajach materiałów promocyjnych musi zostać najpierw zatwierdzone przez Fairtrade Polska.



Artykuły prasowe

W artykułach prasowych znak FAIRTRADE musi być umieszczony w bezpośrednim sąsiedztwie tej części artykułu, w której mowa o Fairtrade.



Wydarzenia i promocje

W przypadku różnego typu wydarzeń promocyjnych znak FAIRTRADE może być umieszczony na bannerach lub stoiskach reklamowych, o ile jego lokalizacja nie pozostawia wątpliwości, że jest niezależnym znakiem certyfikacji produktów.

STRONY INTERNETOWE

Licencjodawca może umieścić znak FAIRTRADE na swojej stronie internetowej, pod warunkiem, że znak nie znajdzie się w obrębie nagłówka ani na stałym pasku nagłówka strony głównej. Musi być oczywiste, kto stoi za daną stroną (właściciel lub marka). Nie może też być wątpliwości, że znak FAIRTRADE nie jest formą poparcia danej firmy. Jeśli na stronie głównej znajduje się znak FAIRTRADE lub banery (zob. poniżej), odpowiednie produkty Fairtrade muszą być wyraźnie oznaczone w takim serwisie internetowym.

Banery

Internetowe banery o Fairtrade są dozwolone w stałym pasku bocznym i w stopce, ale nie mogą one dopuszczać błędnej interpretacji, która sugerowałaby, że firma oferuje więcej produktów Fairtrade niż w rzeczywistości, ani że znak FAIRTRADE jest formą poparcia danej firmy.

Teksty towarzyszące

Tekst towarzyszący znakowi FAIRTRADE może być wzywaniem do działania lub informacją o ofercie Fairtrade, np.:

- Szukaj produktów ze znakiem Fairtrade
- Zobacz naszą serię kaw z certyfikatem Fairtrade
- Oferujemy wybór czekolad z certyfikatem Fairtrade

Uzyskanie zgody

Zanim uruchomisz swoją stronę internetową, przedstaw organizacji krajowej do zatwierdzenia projekt swojej strony głównej i strony produktowej lub link do nieopublikowanej podstrony lub podstron.



1 Tekst towarzyszący

Znakowi FAIRTRADE na stronie internetowej musi towarzyszyć odpowiedni tekst. Upewnij się, że tekst ten znajduje się obok znaku lub w jego pobliżu.

Jeśli mniej niż 100% asortymentu ma certyfikat Fairtrade, konieczne jest sformułowanie w rodzaju: „Szukaj produktów z certyfikatem Fairtrade” lub „Oferujemy wybór kaw z certyfikatem Fairtrade”.

Wyjątek

W drodze wyjątku znak FAIRTRADE można umieścić w pasku nagłówka lub w stopce, jeśli na stronie przedstawione są także inne logo lub znaki certyfikacyjne i właśnie tam się znajdują.

A man in a brown polo shirt and green apron is harvesting tea in a lush green field. He is wearing a woven basket on his back and is focused on picking the tea leaves. In the background, other workers are visible in the field under a clear blue sky with some clouds.

CZĘŚĆ CZWARTA

ANEKSY

04

CZĘŚĆ CZWARTA

4.1 ANEKSY

TA SEKCJA OBEJMUJE INFORMACJE NA TEMAT:

- ZATWIERDZANIA PROJEKTU GRAFICZNEGO
- OBOWIĄZKÓW LICENCJOBIORCY
- OCHRONY ZNAKU FAIRTRADE
- KORZYSTANIA Z TEKSTÓW O FAIRTRADE
ORAZ SŁOWNICZKA
- NAZWISK AUTORÓW I DANYCH
KONTAKTOWYCH

ANEKSY

ZATWIERDZANIE PROJEKTU GRAFICZNEGO ORAZ OBOWIĄZKI LICENCJOBIORCY

ZATWIEDZANIE PROJEKTÓW GRAFICZNYCH

Fairtrade International udziela licencji na znak FAIRTRADE organizacjom krajowym Fairtrade (NFO), umożliwiając im wydawanie go licencjobiorcom w swoim kraju lub regionie do stosowania na produktach z certyfikatem Fairtrade i w materiałach promocyjnych. Jeśli opakowanie jest opracowane zgodnie z niniejszymi wytycznymi, będzie dopuszczane na wszystkich rynkach docelowych do sprzedaży transgranicznej w innych krajach. Wszystkie projekty graficzne muszą zostać zatwierdzone na piśmie przez Fairtrade International przed wydrukowaniem lub publikacją opakowań.

Na większości rynków stosowany jest ujednolicony system zatwierdzania projektów graficznych. W przypadku Polski obowiązek akceptowania projektów opakowań spoczywa na właścicielu znaku – Fairtrade Internaitonal.

Akceptacja projektów graficznych materiałów marketingowych leży w gestii Fairtrade Polska.

Prosimy sprawdzić, czy projekt graficzny jest zgodny z niniejszymi wytycznymi oraz listą kontrolną na stronie 34.

Uwaga: niepełne informacje we wnioskach o zatwierdzenie projektów graficznych będą powodować opóźnienia.

PROCEDURY I TERMINY

Zespół ds. zatwierdzania projektów graficznych w Fairtrade International dokłada wszelkich starań, aby sprawnie zatwierdzać złożone projekty, które spełniają zalecenia przedstawione w niniejszych wytycznych. Dzięki dbałości o dokładne wykonanie projektu graficznego czas potrzebny do zatwierdzania skraca się.

Zespół stara się odpowiadać szybko, zazwyczaj w ciągu tygodnia od otrzymania wstępnego projektu. Proces zatwierdzania zazwyczaj trwa około trzech tygodni, licząc od pierwszego złożenia projektu (okres ten uwzględnia czas potrzebny na wykonanie ewentualnych korekt i ponowne zgłoszenie grafiki do zatwierdzenia). Procedura może być krótsza, jeśli projekt jest w pełni zgodny z wytycznymi. Prosimy o zarezerwowanie odpowiedniej ilości czasu na zatwierdzania projektu graficznego.

Obowiązki licencjobiorcy

Do obowiązków licencjobiorcy należy zapewnienie zgodności projektu graficznego z:

1. niniejszymi wytycznymi,
2. standardami Fairtrade,
3. produktami z certyfikatem Fairtrade wyszczególnionymi w spisie produktów w umowie licencyjnej

Licencjobiorcy muszą także dopilnować złożenia wniosków o zatwierdzenie produktów przed złożeniem projektów graficznych lub w tym samym czasie.

Projekty graficzne muszą być zgodne z odpowiednimi przepisami o znakowaniu produktów na rynku docelowym.

Licencjobiorca musi być w stanie poprzeć dowodami deklaracje dotyczące Fairtrade umieszczone na opakowaniu. Licencjobiorca może być poproszony o przedstawienie dowodów na poparcie każdego twierdzenia związanego ze znakiem FAIRTRADE i/lub systemem Fairtrade. Fairtrade International i Fairtrade Polska zastrzegają sobie prawo do odmowy użycia znaku, dopóki twierdzenie nie zostanie udowodnione, poprawione lub wycofane.

Przed publikacją, drukiem lub publiczną dystrybucją jakiegokolwiek produktu, opakowania lub materiałów promocyjnych ze znakiem FAIRTRADE licencjobiorca musi się upewnić, że zarówno produkt, jak i projekt graficzny, zostały zatwierdzone.

Licencjobiorca musi także dopilnować, by wszystkie osoby trzecie, w tym agencje projektowe, sklepy i sieci handlowe lub inne firmy tworzące projekty graficzne, przestrzegały niniejszych wytycznych.

Okres przejściowy

Licencjobiorcy mają 12 miesięcy od daty wydania nowych wytycznych na dostosowanie do nich nowych opakowań i materiałów promocyjnych. W szczególnych okolicznościach można prosić Fairtrade International o przedłużenie tego terminu. Licencjobiorcy wolno jednak będzie w okresie przejściowym wykorzystywać pozostałe opakowania, już zatwierdzone i wyprodukowane, aż do wyczerpania zapasów.

ZASTRZEŻENIA

Fairtrade International udziela firmom licencji na stosowanie znaku FAIRTRADE (zwanym dalej Znakiem) na produktach spełniających międzynarodowe standardy Fairtrade.

Prawo do stosowania Znaku przyznawane jest tylko dla certyfikowanych produktów wymienionych w umowie licencyjnej i nie mówi nic o sprzedających je firmach czy organizacjach.

Udzielenie firmie licencji przez Fairtrade International lub krajową organizację Fairtrade (NFO) na stosowanie Znaku jest uwarunkowane podpisaniem przez firmę umowy licencyjnej i przestrzeganiem jej wymogów. Znak nie jest dopuszczony do użycia na żadnym innym produkcie niż produkt/y certyfikowany/-e, wymieniony/-e w umowie licencyjnej.

Licencjobiorca i/lub sprzedawca, którego nazwa znajduje się na produkcie lub jest do niego przytwierdzona, ponosi wyłączną odpowiedzialność za znakowanie i opakowanie produktu oraz inne informacje na produkcie. Przed oddaniem opakowania do druku licencjobiorca i/lub sprzedawca jest obowiązany do zapewnienia zgodności opakowania i oznakowania ze wszystkimi właściwymi przepisami i standardami. Wymagane jest także zachowanie dokładności, rzetelności i aktualności wszystkich tekstów i deklaracji o Fairtrade oraz o premii Fairtrade wraz z dowodami na ich poparcie (w razie potrzeby).

Licencjobiorca odpowiada za zapewnienie prawidłowego wykorzystania Znaku i słowa Fairtrade na wszystkich opakowaniach oraz w wszystkich materiałach promocyjnych. Ani Fairtrade International, ani Fairtrade Polska nie są sprzedawcami, ani nie ponoszą odpowiedzialności za żadne inne twierdzenia i teksty na opakowaniu czy w inny sposób związane z produktem, i nie udzielają żadnych gwarancji, czy to wyrażonych otwarcie, czy dorozumianych (w tym, bez ograniczeń, dorozumianych gwarancji pokupności) co do produktu sprzedawanego przez licencjobiorcę lub sprzedawcę.

Certyfikacja oznacza tylko tyle, że w jej momencie produkt, jego skład i opakowanie były zgodne z wymaganiami i procedurami określonymi w umowie licencyjnej i standardach Fairtrade.

OCHRONA ZNAKU

Znak FAIRTRADE jest wyłączną własnością Fairtrade International.

Fairtrade aktywnie monitoruje stosowanie Znak na opakowaniach oraz w materiałach promocyjnych na rynku i podejmuje odpowiednie działania w celu ochrony jego wartości i integralności. Zachęca się licencjodawców do powiadamiania Fairtrade Polska lub Fairtrade International o wszelkich podejrzeniach dotyczących niewłaściwego użycia Znak.

NIEWŁAŚCIWE UŻYCIE

W przypadku niewłaściwego użycia Znak przez licencjodawcę skarga na niewłaściwe użycie podlega procedurze Fairtrade International dotyczącej rozpatrywania zażaleń. Fairtrade International podejmie następujące działania:

- Raport o niewłaściwym użyciu zostanie zapisany we właściwym rejestrze skarg.
- Zostanie nawiązany kontakt na piśmie i/lub telefoniczny z firmą lub organizacją dopuszczającą się niewłaściwego użycia Znak w celu zbadania skargi.
- W stosownych wypadkach wymagane będzie podjęcie działań naprawczych w określonych ramach czasowych, uzależnionych od medium, w którym nastąpiło niewłaściwe użycie, oraz od wagi naruszeń lub niewłaściwego użycia.
- Fairtrade International sprawdzi, czy niewłaściwe użycie zostało skorygowane.

Niepodjęcie przez licencjodawcę wymaganych działań może spowodować zawieszenie lub wypowiedzenie licencji i/lub kroki prawne. W przypadku niewłaściwego użycia Znak przez osoby trzecie naruszenie to także będzie podlegać procedurze rozpatrywania skarg, a organizacja zostanie powiadomiona o konieczności wycofania danego produktu/-ów ze sprzedaży lub wycofania materiałów promocyjnych z rozpowszechniania i/lub zdjęcia ich ze strony internetowej ze skutkiem natychmiastowym.

Fairtrade International zastrzega sobie prawo do podjęcia kroków prawnych przeciwko każdemu, kto reprodukuje lub kopiuje znak FAIRTRADE, bądź wykorzystuje go w jakiegokolwiek formie, bez wcześniejszego pozwolenia.

PRAWA AUTORSKIE

Prawa autorskie do wszystkich informacji, ilustracji i grafik w tym dokumencie posiada Fairtrade International. Reprodukacja całości lub części jakichkolwiek treści niniejszych wytycznych jest dozwolona jedynie za pisemną zgodną dyrektora ds. marki (Head of Brand) lub kierownika ds. integralności marki (Head of Brand Integrity) w Fairtrade International.

ANEKSY

ZASADY PISOWNI SŁOWA FAIRTRADE ORAZ WYJAŚNIENIE POJĘĆ GRAFICZNYCH

SPOSODY ZAPISU SŁOWA FAIRTRADE

Istotne jest, by wszystkie teksty i obrazy dotyczące systemu certyfikacji Fairtrade i/lub znaku FAIRTRADE lub z nimi związane były precyzyjne.

Zawsze obowiązują następujące zasady zapisu:

Znak FAIRTRADE: słowo FAIRTRADE piszemy wersalikami, jeśli odnosi się do znaku graficznego.

Certyfikacja Fairtrade: Fairtrade rozumiany jako system certyfikacji zawsze piszemy jako jeden wyraz (nie dwa) i zaczynamy od wielkiej litery.

Standardy Fairtrade: oba słowa zaczynamy od wielkich liter.

Premia Fairtrade: oba słowa zaczynamy od wielkich liter.

WYJAŚNIENIE POJĘĆ GRAFICZNYCH

Projekt graficzny: plik elektroniczny, zwykle w formacie PDF, w postaci dwuwymiarowego obrazu, z pełnymi wskazówkami dotyczącymi wymiarów, cięcia, klejenia i składania.

CMYK: czterobarwny proces drukowania.

EPS/Illustrator EPS: wersja wektorowa znaku FAIRTRADE dostarczona przez Fairtrade Polska do profesjonalnego drukowania.

Pantone Matching System®: PMS, międzynarodowy system stosowany w drukarstwie do klasyfikacji określonych kolorów.

PDF: Portable Document Format, preferowany format, w którym należy dostarczyć projekt graficzny.

SŁOWNICZEK

Bilans masy: cztery składniki Fairtrade mogą być wprowadzane do obrotu z zastosowaniem tego rodzaju identyfikowalności: kakao, herbata, soki owocowe i cukier. Składniki te mogą pochodzić z wielu różnych gospodarstw rolnych i krajów. Na potrzeby transportu i produkcji składniki Fairtrade mogą zostać wymieszane ze składnikami nie-Fairtrade. Całkowite rozdzielenie tych składników byłoby niepraktyczne lub zbyt kosztowne, chyba że w grę wchodzi bardzo niewielkie lub bardzo duże ilości.

Ekologiczny (organiczny): posiadający certyfikat uznanej organizacji lub organu oznaczający spełnienie standardów ekologicznych.

Fairtrade International: międzynarodowa organizacja skupiająca krajowe organizacje Fairtrade w krajach konsumentskich i sieci producentów w krajach producenckich. Fairtrade International odpowiada między innymi za ustalanie strategicznego kierunku rozwoju systemu Fairtrade oraz za opracowanie standardów Fairtrade.

Fairtrade Marketing Organization, FMO: krajowe organizacje wspierające – organizacje Fairtrade (takie jak Fairtrade Polska) bez uprawnień do udzielania licencji, odpowiedzialne za promowanie Fairtrade w krajach macierzystych.

Fizyczna identyfikowalność: oznacza możliwość fizycznego rozdzielenia produktów z certyfikatem Fairtrade od odpowiedników bez certyfikatu na wszystkich etapach łańcucha dostaw. Fizyczna identyfikowalność jest zalecana, ale nie obowiązkowa w przypadku kakao, cukru trzcinowego, soków owocowych i herbaty. Dla wszystkich innych produktów Fairtrade fizyczna identyfikowalność jest obowiązkowa.

Kod referencyjny NFO: kod referencyjny Fairtrade nadawany każdemu licencjobiorcy przez niektóre NFO. Obowiązkowy na niektórych rynkach.

Krajowa organizacja Fairtrade (National Fairtrade Organization), NFO: pełnoprawny członek Fairtrade International. NFO odpowiada za udzielanie licencji, marketing, rozwój działalności i podnoszenie świadomości na określonym obszarze geograficznym. NFO ma prawo do udzielania sublicencji na znak FAIRTRADE licencjobiorcom i osobom trzecim na tym obszarze.

Licencjobiorca: firma, która podpisała umowę licencyjną Fairtrade i tym samym ma licencję na stosowanie znaku FAIRTRADE na produktach objętych tą umową.

Marka własna: produkt wytworzony przez licencjobiorcę dla właściciela marki.

Opakowanie: wszystkie materiały zwykle dostarczane jako część produktu, obejmujące wszystkie pojemniki i każdą formę opakowań zewnętrznych, etykiet, metek i opakowań przewożonych opatrzonych znakiem FAIRTRADE.

Opis produktu: określenie charakteryzujące produkt lub wyjaśniające jego cechy, np. ekologiczny, odświeżający, lekki itd.

Organizacja licencjonująca: organizacja mająca oficjalną umowę z Fairtrade International na udzielanie sublicencji znaków FAIRTRADE w swoim kraju lub regionie. W systemie Fairtrade organizacjami licencjonującymi są krajowe organizacje Fairtrade (NFO). Fairtrade International jest organizacją licencjonującą, udzielającą sublicencji na znaki FAIRTRADE w krajach, w których nie ma NFO.

Produkt jednoskładnikowy Fairtrade: produkt z jednym składnikiem, taki jak kawa. Aby mógł być opatrzony znakiem FAIRTRADE, 100% składnika musi pochodzić z certyfikowanych spółdzielni Fairtrade.

Produkt złożony: produkt wieloskładnikowy, zgodny ze standardami Fairtrade dla przetwórców (Fairtrade Trader Standard).

Składniki: wszystkie surowce i części składowe gotowego produktu oferowanego na sprzedaż przez licencjobiorcę.

Spis produktów: produkty licencjobiorcy wyszczególnione w umowie licencyjnej.

Sprzedaż transgraniczna: sprzedaż produktów na rynkach międzynarodowych.

Standardy dla produktów złożonych: definiują warunki, w których produkty wieloskładnikowe zawierające składniki Fairtrade można opatrzyć znakiem FAIRTRADE i sprzedawać na rynkach międzynarodowych.

Umowa licencyjna: umowa między NFO lub Fairtrade International a licencjobiorcą, obejmująca ustalenie warunków stosowania znaku FAIRTRADE.

Znak FAIRTRADE: stosowany na produktach spełniających standardy Fairtrade ustalone przez Fairtrade International. Znak FAIRTRADE jest zarejestrowanym znakiem towarowym oraz niezależnym znakiem certyfikacji produktów.

ZAREJESTROWANY ZNAK TOWAROWY

® znak certyfikacyjny / znak towarowy
Znaki FAIRTRADE są znakami certyfikacyjnymi i znakami towarowymi, których właścicielem jest i na które licencji udziela Fairtrade International. Znaków FAIRTRADE nie wolno kopiować, reprodukować ani wykorzystywać bez wcześniejszej pisemnej zgody Fairtrade International lub krajowych organizacji Fairtrade (NFO).

© Fairtrade International 2018

ZASTRZEŻENIE

Wszystkie projekty i wzory graficzne w niniejszych wytycznych przedstawiają znak FAIRTRADE z symbolem ®, oznaczającym, że znak ten jest zarejestrowany jako znak certyfikacyjny lub jako indywidualny znak towarowy.

Na rynkach, na których nie można zarejestrować znaku FAIRTRADE, symbol ® musi zostać usunięty ze wzoru graficznego. W sprawie rejestracji znaku certyfikacyjnego lub towarowego w danym kraju prosimy kontaktować się z właściwą organizacją licencjonującą – dane kontaktowe w kolumnie po prawej.

Do znaku nie należy dołączać żadnych innych symboli, na przykład ™.

PROJEKT GRAFICZNY

Fairtrade International
PMS
Britta Frühling / www.fruhling.co.uk

ZDJĘCIA

Okładka	Stefan Lechner
Strona 4	Remo Naegeli, Hanna Åsheim
Strona 7	Marvin del Cid, David Macharia,
	Roger van Zaal, Lena Granefelt
Strona 23	David Macharia
Strona 61	David Macharia
Strona 74	James Robinson

ZATWIERDZANIE PROJEKTÓW GRAFICZNYCH

Konsultowanie projektów graficznych opakowań:
grafika@fairtrade.org.pl

Zatwierdzanie projektów graficznych opakowań:
license@fairtrade.net

Zatwierdzanie projektów materiałów marketingowych:
grafika@fairtrade.org.pl

DANE KONTAKTOWE FAIRTRADE INTERNATIONAL

Bonner Talweg 177
53129 Bonn
Germany
Tel +49 (0) 228 949 23 230
Fax +49 (0) 228 242 1713
www.fairtrade.net

FAIRTRADE POLSKA

ul. Sławkowska 12
31-014 Kraków
www.fairtrade.org.pl/kontakt