

Standard

USAGE DE LA MARQUE FSC® PAR LES DÉTENTEURS DE CERTIFICAT

FSC-STD-50-001 V3-0 FR



Titre : USAGE DE LA MARQUE FSC® PAR LES DÉTENTEURS DE CERTIFICAT

Dates : **Date d'approbation :** 22 Octobre 2025
Date d'entrée en vigueur : 1er Juillet 2026

Échéancier : **Date de fin de transition :** 1er janvier 2029
Période de validité : Jusqu'à son remplacement ou son retrait

NOTE : Les stocks existants de produits certifiés FSC finis et labellisés, ainsi que les supports promotionnels portant la marque FSC, fabriqués conformément à la version 2.1 de la présente norme, peuvent continuer à être vendus et distribués pendant et après la période de transition. Veuillez noter que le terme « stock » exclut les appareils et le matériel utilisés pour apposer le label FSC, tels que les équipements d'impression, de gravure, de gravure à l'eau-forte, de couture, de gaufrage et d'estampage.

Contact pour tout commentaire : FSC International – Trademark Management
Adenauerallee 134
53113 Bonn
Allemagne

Téléphone : +49 (0)228 -36766 -0
Courriel : trademark@fsc.org

Contrôle de la version

Date de publication : 1er Janvier 2026

Version	Description	Date de publication
V 1-0	La première version des exigences, approuvée en 1er mars 2010 janvier 2010, a regroupé plusieurs documents et rassemblé toutes les clauses relatives à l'utilisation de la marque auparavant dans diverses normes et directives. La version V1-0 a également introduit de nouveaux labels sur les produits dans le système FSC.	
V1-1 & V1-2	Des modifications mineures ont été apportées en février et novembre 2010 pour clarifier le langage et la terminologie utilisés, et améliorer les exigences graphiques d'après les commentaires formulés par les parties prenantes, afin de faciliter l'utilisation des nouveaux labels.	1er décembre 2011

V2-0	Une révision majeure a abouti à la version actuelle, qui intègre la Motion 29, adoptée lors de l'Assemblée Générale de 2014. Les exigences ont été simplifiées et un système de gestion de l'usage de la marque a été mis en place pour les détenteurs de certificat.	1er novembre 2017
V2-1	<p>La Stratégie pour les produits FSC MIXTE et le bois contrôlé publiée en avril 2019 préconisait (i) une modification du texte du label FSC MIXTE afin de renforcer la véracité de l'étiquetage et (ii) l'introduction de déclarations fixes sur le bois contrôlé afin d'améliorer la compréhension du bois contrôlé.</p> <p>En juin 2020, le conseil d'administration de FSC a approuvé le texte révisé du label FSC MIXTE ainsi que les nouvelles allégations sur le bois contrôlé. La version V2-1 intègre ces deux modifications et corrige une erreur dans les codes de couleur des clauses 8.2 et 9.2.</p>	1er octobre 2021
V3-0	Une révision majeure a été menée afin d'y inclure : i) une rationalisation des exigences existantes ; ii) une adaptation aux nouvelles tendances du marché ; iii) un alignement sur les principales exigences réglementaires relatives à l'utilisation des labels environnementaux.	1er janvier 2026

® 2026 Forest Stewardship Council, A.C. Tous droits réservés
FSC® F000100

Vous n'êtes pas autorisé à distribuer, modifier, transmettre, réutiliser, reproduire, republier ou utiliser les éléments protégés par le droit d'auteur contenus dans ce document à des fins publiques ou commerciales sans l'autorisation écrite expresse de l'éditeur. La visualisation, le téléchargement, l'impression et la distribution de pages individuelles de ce document sont donc autorisés par la présente à des fins d'information uniquement.

Ce document est la traduction de la version officielle approuvée en anglais. En cas de divergence entre la version anglaise et toute traduction de ce document, la version anglaise prévaut.

INTRODUCTION

La présente norme définit les exigences applicables aux détenteurs de certificat FSC concernant l'usage de la marque FSC, afin de garantir que l'étiquetage, la promotion et les allégations de certification des produits sont exacts, cohérents et fiables pour les consommateurs. Elle s'applique à toutes les utilisations de la marque FSC par les détenteurs de certificats : pour identifier et promouvoir les produits certifiés FSC, ou pour promouvoir leur statut de détenteur de certificat FSC.

En utilisant correctement la marque FSC, les détenteurs de certificat aident les consommateurs à prendre des décisions d'achat éclairées. Il est donc essentiel que la marque ne soit pas utilisée d'une manière susceptible d'induire en erreur les consommateurs ou le grand public, notamment par des allégations inexactes ou des implications concernant les qualités des produits qui dépassent celles couvertes par la certification FSC.

La marque FSC est le principal outil de communication permettant aux détenteurs de certificat de démontrer que leurs produits répondent aux normes FSC. La responsabilité de protéger l'engagement commun pour la mise en place et le développement du système FSC est partagée par les licenciés en tant qu'utilisateurs, et par FSC en tant que titulaire de la marque. Ces exigences sont établies pour assurer que les messages concernant FSC sont exacts, cohérents et présentés de manière uniforme, renforçant ainsi la reconnaissance du système FSC et les efforts de ses licenciés.

Afin d'aider les détenteurs de certificat pour l'étiquetage et la promotion, FSC met à disposition :

- **Le FSC Brand Hub** – une plateforme en ligne permettant de télécharger les éléments de la marque FSC, les labels sur produits, les supports promotionnels et publicitaires et les ressources associées.
- **Une formation E-learning** – une formation en ligne sur l'utilisation correcte de la marque FSC.
- **Un document d'accompagnement** – un guide pratique avec des exemples pour aider à appliquer les exigences de la norme, disponible sur le FSC Brand Hub.

Pour accéder au FSC Brand Hub et à la plateforme de formation en ligne, les détenteurs de certificat doivent s'adresser à leur organisme certificateur accrédité FSC.

SOMMAIRE

Introduction	4
A. Champ d'application	6
B. Références	6
C. Termes et définitions	6
D. Abréviations	9
Partie 1 : Exigences générales	10
1. Règles de base pour l'usage de la marque FSC	10
Partie 2 : Utilisation des labels FSC sur les produits	11
2. Sélection du label FSC	11
3. Sélection des éléments du label FSC	12
4. Exigences en matière d'étiquetage	13
Partie 3 : Promotion de produits certifiés FSC et de la certification FSC	14
5. Éléments promotionnels	14
6. Exigences pour l'usage promotionnel	15
Partie 4 : Règles graphiques pour l' étiquetage et la promotion	16
7. Label FSC sur les produits et logo FSC	16
8. Label FSC avec QR code	17
Partie 5 : Restrictions et limitations relatives à l'usage de la marque	18
9. Restrictions relatives à l'usage de la marque FSC	18
Annexe 1 : Système de gestion de l'usage de la marque	21
Annexe 2 : Exigences supplémentaires pour les détenteurs de certificat de groupe et multisite	23
Annexe 3 : Exigences supplémentaires pour la certification de projet FSC	24

A. CHAMP D'APPLICATION

Cette norme s'applique à tous les détenteurs de certificat FSC qui utilisent la marque FSC sur le marché, y compris la certification de chaîne de contrôle et de gestion forestière. La norme couvre l'usage de la marque FSC sur les produits certifiés FSC, la promotion de produits certifiés FSC et du statut de détenteur de certificat de l'organisation. La présente norme sert également de base à l'évaluation et à l'approbation de l'usage de la marque FSC par tous les détenteurs de certificat, réalisées par les organismes certificateurs accrédités FSC ou par le système de gestion de l'usage de la marque.

La norme ne s'applique pas à l'usage de la marque FSC par les détenteurs de certificat dans un contexte privé en dehors du cadre commercial.

Cette norme couvre également la promotion des Impacts Vérifiés sur la nature basés sur les mentions relatives aux services écosystémiques (SE) faites par les détenteurs de certificat. Les exigences spécifiques relatives aux mentions SE figurent dans la norme [<FSC-PRO-30-006 Procédure Services Écosystémiques : Démonstration des impacts et outils de marché>](#).

Les exigences spécifiques relatives aux allégations FSC sur les factures et les documents de livraison sont définies dans la norme [<FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle>](#) et ne sont pas concernées par les présentes exigences.

Tous les aspects de la présente norme sont considérés comme normatifs, y compris le champ d'application, les dates d'entrée en vigueur et de validité, les références, les termes et définitions, les notes de bas de page, les graphiques, les tableaux et les annexes, sauf indication contraire.

Les notes, les encadrés et les exemples ne sont pas considérés comme normatifs.

B. RÉFÉRENCES

Les documents suivants sont indispensables pour l'application du présent document.

Pour les références sans numéro de version, la dernière version du document référencé (y compris les éventuelles modifications) s'applique et remplace toute version antérieure :

FSC-STD-60-004	Indicateurs génériques internationaux
FSC-STD-40-004	Certification de la chaîne de contrôle
FSC-STD-40-006	Norme FSC pour la certification de projet
FSC-STD-30-010	Norme Bois Contrôlé pour les entreprises de gestion forestière

C. TERMES ET DÉFINITIONS

Aux fins de la présente norme, les termes et définitions figurant dans le document [<FSC-STD-01-002 Glossaire des termes FSC>](#) ainsi que les termes suivants s'appliquent.

Toutes les utilisations prévues : désigne toute nouvelle utilisation prévue de la marque FSC par l'Organisation. Est incluse toute utilisation sous quelque forme ou sur quelque support que ce soit, y compris sur les produits et les supports promotionnels, qu'ils soient numériques ou physiques, qui n'a pas été préalablement approuvée par l'organisme certificateur ou par le système de gestion de l'usage de la

marque. Les reproductions exactes (réimpressions) d'utilisations qui ont déjà été approuvées ne sont pas concernées.

Organisme certificateur : organisme dispensant des services d'évaluation de la conformité et pouvant faire l'objet d'une accréditation (adapté de ISO/IEC 17011:2004 (E)).

Matières contrôlées : intrant fourni sans mention FSC, ayant été évalué comme étant conforme aux exigences de la norme <FSC-STD-40-005 Exigences pour l'approvisionnement en bois contrôlé>.

Contrôleur chargé de l'approbation de la marque: personne nommée par l'Organisation pour valider en tant qu'approbateur interne toutes les utilisations de la marque FSC lorsqu'un système de gestion de l'usage de la marque a été mis en place. Cette personne est chargée d'examiner et d'approuver les utilisations de la marque au sein de l'Organisation.

Plateforme de e-commerce : site internet permettant l'achat et la vente de produits en ligne . Sont incluses les plateformes gérées directement par un détenteur de certificat pour vendre ses produits, ainsi que les plateformes gérées par un tiers sur lesquelles le détenteur de certificat vend ses produits.

E-commerce - Description du produit : information détaillée sur un produit mis en vente sur une plateforme de vente en ligne. Elle fournit aux consommateurs des indications essentielles sur le produit, ses caractéristiques, ses avantages et tout autre détail pertinent pouvant les aider à prendre une décision d'achat.

E-Commerce - Fiche produit : page ou rubrique sur une plateforme de vente en ligne qui présente un produit spécifique à vendre. Elle fournit des informations détaillées sur le produit afin d'aider les consommateurs potentiels à comprendre ce qu'ils achètent. Une fiche produit fournit des informations détaillées sur le produit à l'aide d'images et de texte. Elle permet aux consommateurs potentiels de comprendre les caractéristiques du produit et d'éclairer leur décision d'achat. Chaque fiche produit est considérée comme un support promotionnel indépendant.

E-Commerce - Nom du produit : titre descriptif et concis qui identifie un produit en vente sur une plateforme de vente en ligne. Il est généralement affiché en haut de la fiche produit et est conçu pour attirer l'attention des acheteurs potentiels tout en fournissant des informations clés sur l'article. Il comprend généralement la marque, le nom du produit, la taille, la couleur, le modèle/la série et d'autres informations supplémentaires.

FSC Brand Hub : outil en ligne permettant aux détenteurs de certificat de télécharger les éléments de la marque FSC, les labels, les panels promotionnels, les vecteurs graphiques, les supports marketing et publicité (y compris l'imagerie et les créations) ainsi que les documents d'accompagnement et d'orientation de FSC.

Produit certifié FSC : produit répondant à toutes les exigences de certification applicables et pouvant être vendu avec les mentions FSC et promu avec la marque FSC. Le Bois contrôlé FSC n'est pas considéré comme un produit certifié FSC.

Projet certifié FSC : projet finalisé conforme aux exigences de la norme <FSC-STD-40-006 Norme FSC pour la certification de projet>.

Bois contrôlé FSC : Matière ou produit portant la mention « Bois contrôlé FSC ».

Logo FSC : « l'arbre coché » avec les initiales « FSC » en dessous.

Panel promotionnel FSC : disposition graphique du logo FSC et informations supplémentaires à utiliser dans une mise en page requise pour les supports promotionnels.

Numéro de licence FSC : numéro d'identification attribué aux organisations qui ont signé un contrat de licence pour l'usage de la marque FSC. Pour les détenteurs de certificat, il prend la forme FSC C#####. Il sert à identifier l'Organisation dans la base de données des titulaires de licence FSC.

Label FSC sur produit : mention FSC, apposée sur le produit, sur son emballage ou jointe au produit, contenant des informations requises et des éléments graphiques, permettant de déclarer les matériaux utilisés dans un produit.

Label FSC avec QR code: mention FSC, apposée sur le produit ou sur son emballage, contenant des éléments graphiques sur un code-barres matriciel bidimensionnel à réponse rapide permettant d'afficher des informations concernant les matériaux utilisés dans un produit.

Lisible : utilisé pour décrire la clarté et la facilité de lecture pour les consommateurs.

Représentant de la direction : personne désignée par l'Organisation qui assume la responsabilité globale et dispose de l'autorité nécessaire pour garantir la mise en œuvre et la conformité d'un système de gestion de l'usage de la marque interne. Cette personne supervise l'usage correct de la marque FSC en s'assurant que les procédures internes, les communications et les approbations liées à l'usage de la marque sont conformes à la présente norme.

Anneau de Moebius : symbole composé de trois flèches formant une boucle. Le pourcentage qui l'accompagne indique la proportion de matériaux recyclés utilisés dans le produit.

Hors du cadre commercial : désigne les usages de la marque FSC qui dépassent le cadre des activités commerciales ou professionnelles habituelles liées à la vente de biens ou de services. Ces activités non commerciales comprennent, sans s'y limiter, les documents internes, les présentations internes ou les formations internes.

Usage de la marque sur le produit : désigne l'apposition de la marque FSC sur les produits certifiés FSC.

Type de produit : dans le cadre de ces exigences, liste décrivant les matières certifiées ou les composants à faire figurer sur le label, par ex. « bois » ou « liège ». La liste est disponible sur le FSC Brand Hub.

Article promotionnel non destiné à la vente : tout élément créé pour promouvoir le statut de détenteur de certificat FSC de l'Organisation, mais qui n'est pas destiné à être vendu au consommateur. Cela comprend, sans s'y limiter, les cadeaux et articles promotionnels, échantillons, crayons, tasses, cahiers, agendas, t-shirts et sacs fourre-tout.

Supports promotionnels : tout contenu ou élément créé pour promouvoir les produits et/ou matériaux certifiés FSC, le statut de détenteur de certificat FSC, ou les Impacts Vérifiés sur la nature basés sur des mentions relatives aux services écosystémiques, pour les détenteurs de certificat qui ont mis en œuvre la norme [<FSC-PRO-30-006 Procédure Services écosystémiques : Démonstration des bénéfices et outils de marché>](#) Cela comprend, sans s'y limiter, les brochures, catalogues, vidéos, sites internet, affiches, bannières, publications sur les réseaux sociaux et publicités.

Usage de la marque à des fins promotionnelles : désigne l'affichage de la marque FSC sur des supports ou articles promotionnels non destinés à la vente.

Réseaux sociaux : plateforme ou application numérique permettant aux utilisateurs de créer, partager et interagir avec du contenu et entre eux. Ces plateformes facilitent la communication, la collaboration et l'échange d'informations sous divers formats, notamment du texte, des images, des vidéos et des fichiers audio.

Publication sur les réseaux sociaux : contenu publié sur les plateformes de réseaux sociaux, qui peut inclure du texte, des images, des carrousels d'images, des vidéos, des liens, des bobines, des stories, du contenu en direct ou d'autres médias. Cela n'inclut pas les informations ou la description du compte ou du profil sur les réseaux sociaux (par exemple, la biographie sur les réseaux sociaux).

Système de gestion de l'usage de la marque : procédures décrites à l'Annexe 1 de la présente norme, utilisées par un détenteur de certificat comme alternative à la demande d'approbation de l'usage de la marque à son organisme certificateur.

Prestataire de services pour l'usage de la marque : bureau national ou régional de FSC désigné par FSC pour concéder sous licence l'usage de la marque FSC dans un certain territoire à des fins promotionnelles et pour fournir des services, tels que l'approbation de l'usage de la marque FSC pour les détenteurs de licences promotionnelles.

Site internet : ensemble de pages reliées entre elles, généralement identifié par un nom de domaine commun, accessible en ligne. Un site internet comprend différentes pages ou ressources spécifiques sous la même adresse URL.

Formes verbales pour l'expression des dispositions :

[Adaptées des *Directives ISO/IEC, Partie 2 Principes et règles de structure et de rédaction des documents de l'ISO et de l'IEC*]

« doit » : indique des exigences devant être respectées scrupuleusement pour se conformer à la présente norme.

« devrait » : indique que parmi plusieurs possibilités, l'une d'entre elles est recommandée comme étant particulièrement adaptée, sans mentionner ou exclure les autres, ou qu'une façon de procéder est privilégiée mais pas nécessairement exigée. Une « exigence recommandée » peut être satisfaite d'une manière équivalente, à condition qu'elle puisse être démontrée et justifiée.

« peut » : indique une pratique acceptable dans les limites du document.

« est en mesure » : exprime la possibilité et la capacité, qu'elles soient matérielles, physiques ou causales.

D. ABRÉVIATIONS

FSC Forest Stewardship Council

mm Milimètre

PARTIE 1 : EXIGENCES GÉNÉRALES

1. Règles de base pour l'usage de la marque FSC

- 1.1. Le Forest Stewardship Council (FSC) est propriétaire des marques déposées suivantes :
 - (a) le nom « Forest Stewardship Council »
 - (b) les initiales « FSC »
 - (c) le logo FSC
- 1.2. Pour utiliser la marque FSC, l'Organisation doit avoir un contrat de licence FSC valide et un certificat FSC valide.
- 1.3. L'Organisation doit promouvoir uniquement les produits qui sont inclus dans son champ d'application de la certification et l'apposition du label sur ces produits doit satisfaire aux exigences d'étiquetage définies dans la norme <FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle>.
- 1.4. Pour tous les usages de la marque FSC, l'Organisation doit afficher le numéro de licence attribué par FSC au moins une fois par produit ou support promotionnel. Voir l'exception dans la clause 6.4 pour la promotion sur les réseaux sociaux.
- 1.5. L'Organisation doit utiliser le symbole d'enregistrement de la marque (® ou ™) dans le coin supérieur droit à côté de la marque FSC. Voir l'exception dans les clauses 6.5 et 6.8 pour la promotion sur les réseaux sociaux, le commerce e-commerce.
- 1.6. L'Organisation doit sélectionner le symbole d'enregistrement en fonction des conditions suivantes :
 - 1.6.1. L'Organisation doit utiliser le symbole d'enregistrement correct (® ou ™) lors de la première ou de la principale occurrence du nom « Forest Stewardship Council » et des initiales « FSC », en fonction du ou des pays de distribution.
 - 1.6.2. L'Organisation doit utiliser le symbole d'enregistrement correct (® ou ™) à chaque utilisation du logo FSC, des labels FSC et des panels promotionnels, en fonction du ou des pays de distribution.
 - 1.6.3. L'Organisation doit identifier le symbole d'enregistrement correct (® ou ™) dans la liste d'enregistrement de la marque mise à disposition par FSC dans le FSC Brand Hub.
- NOTE : Pour le logo FSC, les labels FSC et les panels promotionnels, le symbole d'enregistrement correct sera automatiquement sélectionné lors du téléchargement des marques déposées depuis le FSC Brand Hub en fonction du ou des pays de distribution.
- 1.7. L'Organisation doit soit disposer d'un système de gestion de l'usage de la marque agréé, soit soumettre toutes les utilisations prévues de la marque FSC à son organisme certificateur pour approbation avant utilisation.
NOTE : Il n'est pas nécessaire d'obtenir une autorisation pour les formats génériques approuvés au préalable (par exemple, les modèles) qui s'appliquent à une gamme de produits ou de supports

promotionnels présentant des variations de création, à condition que toutes les conditions suivantes soient remplies :

- a) Le label FSC est apposé sur le même type de produit sans aucune modification (par exemple, le titre du label, le type de produit ou la taille du label restent inchangés). Il en va de même pour les visuels utilisés sur les supports promotionnels.
 - b) Les différents visuels n'interfèrent pas avec le placement du label FSC ou des visuels promotionnels.
 - c) Aucun autre usage de la marque FSC (soit du nom « Forest Stewardship Council », des initiales « FSC ») ne figure dans le visuel, à l'exception de ceux déjà inclus dans le modèle approuvé.
- 1.8. L'Organisation doit se référer à l'Annexe 1 de la présente norme, qui précise les exigences à respecter pour obtenir l'approbation du système de gestion de l'usage de la marque.
- 1.9. L'Organisation disposant d'une certification de groupe et multisite doit se référer à l'Annexe 2 de la présente norme pour connaître les exigences supplémentaires relatives à l'usage de la marque FSC.
- 1.10. L'Organisation disposant d'une certification de projet doit se référer à l'Annexe 3 de la présente norme pour connaître les exigences supplémentaires relatives à l'usage de la marque FSC.
- 1.11. L'Organisation doit se conformer aux exigences en matière d'étiquetage et aux lois sur la protection des consommateurs dans les pays où les produits certifiés FSC et les supports promotionnels sont diffusés, distribués ou vendus par l'Organisation.

PARTIE 2 : UTILISATION DES LABELS FSC SUR LES PRODUITS

Le label FSC permet aux détenteurs de certificat de démontrer que leurs produits sont certifiés FSC, ce qui facilite leur identification et leur choix par les consommateurs. Bien que facultatif, l'étiquetage permet de gagner la confiance des consommateurs, de renforcer la marque des détenteurs de certificat et de révéler toute la valeur de la certification FSC.

2. Sélection du label FSC

2.1. L'Organisation sélectionne et appose le label FSC approprié sur les produits certifiés FSC correspondant à la mention FSC :

FSC 100 %

FSC MIXTE

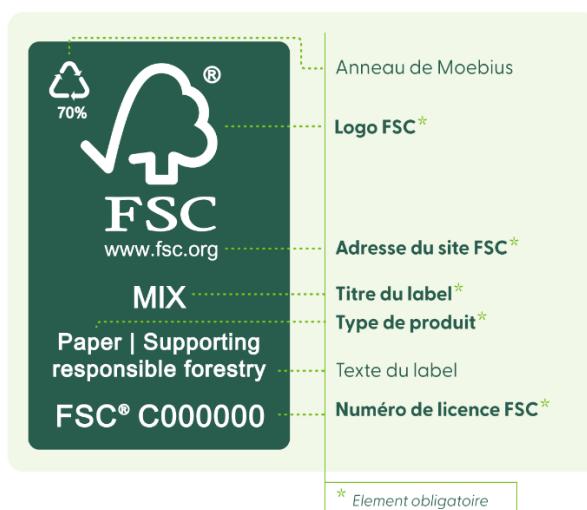
FSC RECYCLÉ



- 2.2. L'Organisation doit utiliser les labels FSC téléchargés depuis le FSC Brand Hub.
- NOTE : Une liste des types de produits (par exemple « papier », « bois ») est fournie dans le FSC Brand Hub. Il s'agit de catégories générales. La liste n'est pas exhaustive et l'Organisation peut contacter FSC via l'organisme certificateur pour toute demande d'ajout d'un nouveau type de produit.

3. Sélection des éléments du label FSC

- 3.1. L'Organisation doit inclure les éléments suivants dans le label FSC :



- 3.2. L'Organisation peut inclure jusqu'à trois types de produits différents dans le label FSC si le produit contient plusieurs types de matériaux certifiés FSC.
- 3.3. Une déclaration supplémentaire doit être ajoutée par l'Organisation pour préciser les composants certifiés FSC lorsque ces derniers ne sont pas immédiatement évidents d'après le type de produit inclus dans le label.
- 3.4. L'Organisation ne doit pas utiliser les noms de produits pour préciser le type de produit.
- 3.5. L'anneau de Moebius peut être utilisé pour les labels FSC MIXTE et FSC RECYCLÉ.
- 3.6. L'Organisation doit toujours utiliser l'anneau de Moebius avec un pourcentage. Ce pourcentage doit exprimer la proportion de matériau de récupération, justifiée par les systèmes de contrôle définis dans la norme <[FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle](#)>.

Label FSC avec QR code

- 3.7. Le label FSC avec QR code peut être utilisé comme une alternative aux labels FSC mentionnés à la clause 2.1.
- 3.8. L'Organisation doit inclure les éléments suivants dans le label FSC avec QR code :



NOTE : Les éléments du label indiqués à la clause 3.1 sont affichés sur le site internet de FSC accessible en scannant le QR code du label FSC.

4. Exigences en matière d'étiquetage

- 4.1. Le label FSC doit être utilisé uniquement lorsque tous les composants d'origine forestière du produit sont couverts par la certification FSC de l'Organisation, comme l'indique la norme <[FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle](#)>.

NOTE : Le label FSC peut faire référence au produit, à l'emballage ou aux deux. Les emballages fabriqués à partir de matériaux d'origine forestière sont considérés comme des produits distincts.

- 4.2. L'Organisation doit apposer le label FSC de manière visible sur le produit, son emballage ou les deux.
- 4.3. L'ajout d'éléments de la marque FSC additionnels ou de autre toute référence à FSC ne peut être faite que lorsque le label apposé sur le produit est visible du consommateur sur le point de vente. Des élément de la marque FSC, (c'est-à-dire que le label FSC est visible sans endommager l'emballage).
- 4.4. L'Organisation doit ajouter le numéro de licence FSC en complément de tout usage supplémentaire de la marque FSC apposée directement sur le produit lorsque le label FSC figure sur l'emballage.
- 4.5. L'Organisation peut conclure des accords d'étiquetage avec un ou plusieurs détenteurs de certificat, qui autorisent ces derniers à étiqueter des produits avec le numéro de licence de l'Organisation. Tout accord d'étiquetage conclu entre l'Organisation et les autres détenteurs de certificat doit respecter les conditions suivantes :
 - a) les produits à étiqueter doivent être inclus dans la portée du certificat de l'Organisation et des autres détenteurs de certificat ;
 - b) toutes les Organisations doivent informer leur organisme certificateur par écrit de l'accord avant son application ;
 - c) les informations fournies aux organismes certificateurs doivent inclure :
 - i) le groupe de produits ;
 - ii) le numéro de licence FSC visé par l'accord d'étiquetage ;
 - iii) le détenteur de certificat désigné qui appliquera le label FSC avec le numéro de licence FSC visé par l'accord d'étiquetage ;
 - iv) l'organisme certificateur qui délivre l'autorisation pour l'usage de la marque ;
 - d) le détenteur de certificat désigné est chargé de veiller à ce que le numéro de licence FSC de l'Organisation ne soit utilisé que sur les produits couverts par l'accord d'étiquetage.

NOTE 1 : Lorsqu'un système de gestion de l'usage de la marque est en place, les informations fournies aux organismes certificateurs doivent inclure le nom du détenteur de certificat chargé d'approuver l'usage de la marque.

NOTE 2 : Le détenteur de certificat désigné peut faire appel à des sous-traitants pour l'étiquetage, comme spécifié dans la norme <[FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle](#)>.

PARTIE 3 : PROMOTION DE PRODUITS CERTIFIÉS FSC ET DE LA CERTIFICATION FSC

Les détenteurs de certificat peuvent utiliser la marque FSC pour promouvoir leurs produits certifiés FSC et leur statut de détenteur de certificat FSC sur divers canaux, tels que les sites internet, les réseaux sociaux, les plateformes de commerce e-commerce, les catalogues et les articles promotionnels non destinés à la vente. Les gestionnaires forestiers sont également encouragés à promouvoir la certification FSC de leurs forêts et leur statut de détenteur de certificat FSC via leur site internet, la signalétique sur site et d'autres moyens appropriés.

5. Éléments promotionnels

5.1. L'Organisation peut utiliser la marque FSC pour faire la promotion des produits certifiés FSC et de son statut de détenteur de certificat FSC.

NOTE 1 : Les exigences relatives à la promotion des Impacts Vérifiés sur la nature fondés sur les mentions relatives aux services écosystémiques figurent dans la norme <[FSC-PRO-30-006 Procédure Service écosystémiques : Démonstration des bénéfices et outils de marché](#)>

NOTE 2 : Des exemples d'allégations promotionnelles peuvent être trouvés dans la norme <[FSC-STD-50-001a Allégations promotionnelles par les détenteurs de certificat](#)>.

5.2. Lorsque la promotion est faite avec le panel promotionnel FSC, l'Organisation doit inclure les éléments suivants :



NOTE : D'autres exemples de textes pour les panels sont disponibles sur le FSC Brand Hub.

5.3. L'Organisation doit utiliser les modèles de panels promotionnels téléchargés depuis le FSC Brand Hub.

- 5.4. Lorsque l'Organisation utilise la marque FSC autonome hors du panel promotionnel, le numéro de licence et une allégation promotionnelle doivent figurer au moins une fois sur chaque support promotionnel.

6. Exigences pour l'usage promotionnel

- 6.1. Lorsque des produits certifiés et non certifiés par FSC figurent dans le même support promotionnel, l'Organisation doit spécifier les produits certifiés FSC.

NOTE : L'Organisation peut indiquer que certains produits sont disponibles en tant que certifiés FSC sur demande, à condition qu'ils soient disponibles dans le cadre d'une certificat valide et qu'il soit clairement indiqué qu'ils ne seront fournis comme certifiés FSC que si le client en fait la demande.

- 6.2. Des articles promotionnels non destinés à la vente portant la marque FSC et fabriqués entièrement ou partiellement à partir de matières d'origine forestière ne doivent être distribués par l'Organisation que s'ils répondent aux exigences d'étiquetage applicables spécifiées dans la norme <FSC-STD-40-004 Certification de la chaîne de contrôle>.

- 6.3. Pour promouvoir des ventes ou un approvisionnement en matériaux contrôlés ou en bois contrôlé FSC, l'Organisation doit utiliser exclusivement les mentions promotionnelles figurant dans la norme <FSC-STD-50-001a Allégations promotionnelles par les détenteurs de certificat>

Promotion sur les réseaux sociaux

- 6.4. L'Organisation peut omettre les éléments promotionnels énumérés à la clause 5.4 lorsqu'elle fait de la promotion sur les réseaux sociaux avec les initiales FSC et le nom « Forest Stewardship Council », si la publication sur les réseaux sociaux comprend une adresse de site web externe où les éléments obligatoires sont visibles.

- 6.5. L'Organisation peut omettre le symbole d'enregistrement lorsqu'elle fait de la promotion dans des publications sur les réseaux sociaux avec les initiales « FSC » et le nom « Forest Stewardship Council ».

Promotion sur les plateformes de e-commerce

- 6.6. L'Organisation doit inclure les éléments promotionnels énumérés à la clause 5.4 dans la fiche produit lorsqu'elle fait la promotion de ses produits certifiés portant la marque FSC sur les plateformes de e-commerce.

- 6.7. L'Organisation doit indiquer qu'un produit est « certifié FSC » si les initiales « FSC » ou le nom « Forest Stewardship Council » sont utilisés dans le titre d'une fiche produit sur une plateforme de e-commerce.

- 6.8. L'Organisation peut omettre le symbole d'enregistrement lorsqu'elle utilise les initiales « FSC » ou le nom de « Forest Stewardship Council » sur des plateformes de e-commerce.

PARTIE 4 : RÈGLES GRAPHIQUES POUR L'ÉTIQUETAGE ET LA PROMOTION

7. Label FSC sur les produits et logo FSC

- 7.1. L'Organisation doit utiliser les labels FSC et le logo FSC dans les déclinaisons de couleurs suivantes :



- 7.2. L'Organisation peut utiliser le label FSC et le logo FSC dans n'importe quelle couleur, à condition que le contraste avec le fond soit lisible.
- NOTE : Des labels transparents peuvent être utilisés sur les produits à condition que le fond ne gêne pas la lisibilité des éléments obligatoires.
- 7.3. L'Organisation peut utiliser les labels FSC au format portrait ou paysage.
- 7.4. La taille des labels FSC utilisés par l'Organisation doit garantir la lisibilité de tous les éléments. La taille minimale du label FSC doit être :
- en format portrait : 8 mm de largeur ;
 - en format paysage : 5 mm de hauteur.
- 7.5. L'Organisation peut utiliser la disposition sur une seule ligne des éléments du label FSC lorsque son impression sur plusieurs lignes est techniquement impossible. L'Organisation doit s'assurer que tous les éléments sont lisibles et alignés avec le logo FSC.
- NOTE : « Techniquement impossible » signifie qu'en raison d'une surface d'impression limitée, il n'est pas possible d'appliquer le label FSC standard sans compromettre la lisibilité ou la faisabilité de la production.



- 7.6. La taille du logo FSC utilisé par l'Organisation doit garantir la lisibilité de tous les éléments. La taille minimale du logo FSC doit être de 4 mm de hauteur. Cela s'applique également lorsque le logo FSC est utilisé sur un panel promotionnel et dans une disposition sur une seule ligne.

NOTE : Pour les utilisations en ligne, le logo FSC ne doit pas être flou et doit être clairement lisible sur toutes les plateformes, tous les appareils et toutes les résolutions d'écran à une taille d'affichage de 100 %.

- 7.7. L'Organisation doit s'assurer qu'il n'y a pas de chevauchement ou de contact entre le label FSC, le panel promotionnel ou le logo FSC et les éléments graphiques ou textuels adjacents, en les gardant visuellement distincts.
- 7.8. L'Organisation peut ajouter un contour autour du label FSC. Lorsqu'un contour n'est pas utilisé, les éléments du label ne doivent être ni modifiés ni dissociés.

8. Label FSC avec QR code:

- 8.1. L'Organisation doit utiliser le label FSC avec le QR code dans les déclinaisons de couleurs suivantes :

Vert
négatif



Vert
positif



Noir et blanc
négatif



Noir et blanc
positif



- 8.2. L'Organisation peut utiliser le label FSC avec QR code au format portrait ou paysage.
- 8.3. L'Organisation doit utiliser le label FSC avec QR code dans une taille qui garantit sa lisibilité par les appareils de lecture. La taille minimale du label FSC avec QR code doit être :
- en format portrait : 12 mm de largeur ;
 - en format paysage : 15 mm de hauteur.
- 8.4. Le label FSC avec QR code ne doit pas être apposé sur un fond ou sur une surface qui compromet sa lisibilité par les appareils de lecture.
- 8.5. L'Organisation doit placer le label FSC avec QR code sur des surfaces planes qui garantissent sa lisibilité par les appareils de lecture.
- 8.6. L'Organisation doit veiller à ce qu'il y ait suffisamment d'espace libre autour du label FSC avec QR code par rapport à tout autre élément de la même création afin de garantir sa lisibilité par un appareil de lecture.

- 8.7. L'Organisation peut ajouter un contour au label FSC avec QR code. Lorsqu'un contour n'est pas utilisé, les éléments du label ne doivent être ni modifiés ni dissociés.
- 8.8. L'Organisation peut ajouter des mentions promotionnelles supplémentaires à côté du label FSC avec QR code, telles que « Scannez ce code pour en savoir plus sur notre [produit] certifié FSC ».

PARTIE 5 : RESTRICTIONS ET LIMITATIONS RELATIVES À L'USAGE DE LA MARQUE

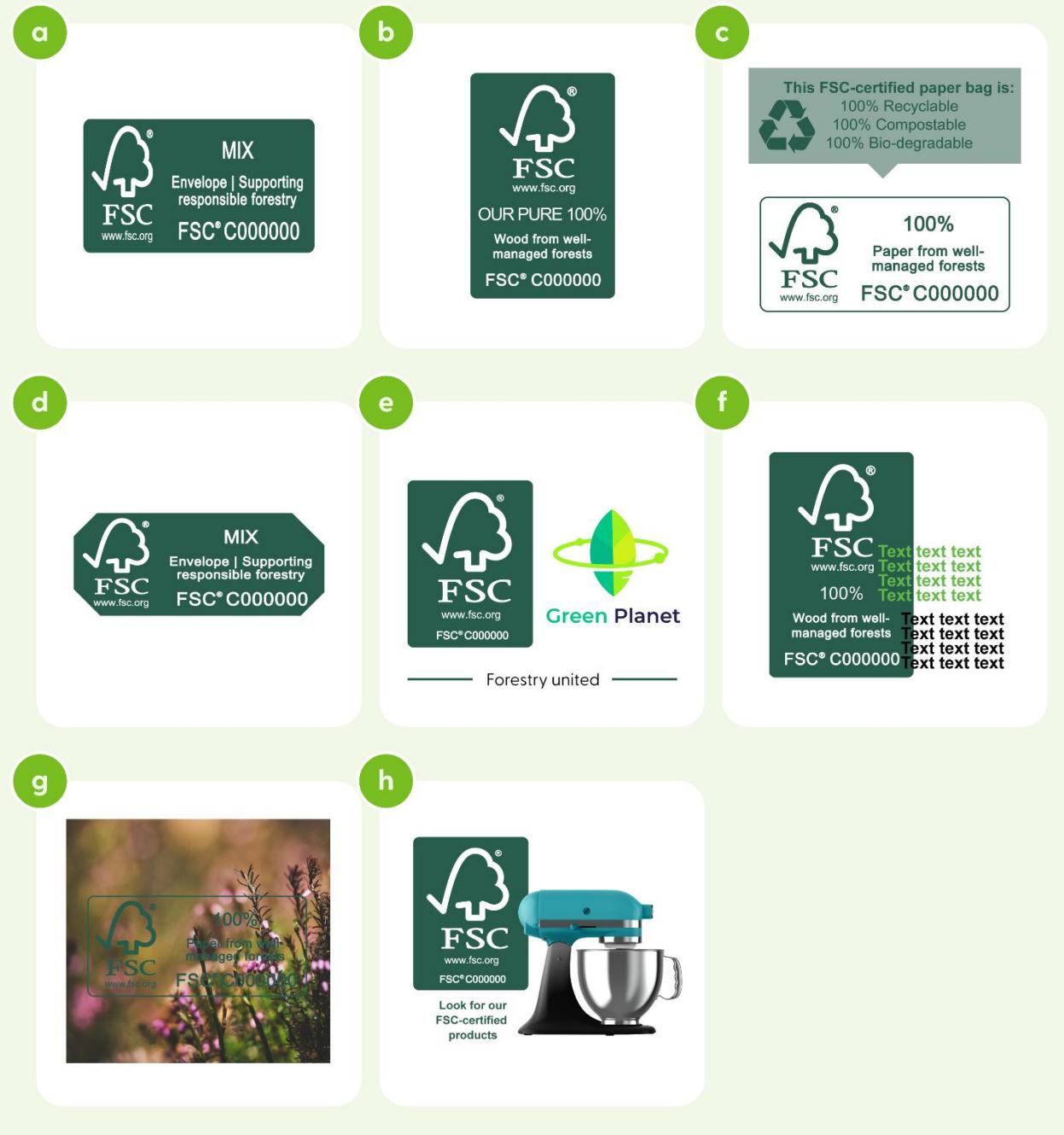
9. Restrictions relatives à l'usage de la marque FSC

- 9.1. L'Organisation ne doit pas utiliser la marque FSC :
 - a) d'une manière qui laisse supposer l'approbation par FSC, la participation ou la responsabilité de FSC aux activités menées par l'Organisation en dehors du champ d'application de la certification ;
 - b) d'une manière qui pourrait entraîner une confusion, une interprétation erronée ou une perte de crédibilité du système de certification FSC ;
 - c) pour promouvoir des aspects de la qualité des produits qui ne sont pas couverts par la certification FSC ;
 - d) dans les marques de produits, les noms de sociétés ou les noms de domaine de sites internent ;
 - e) comme verbe ;
 - f) dans le cadre des slogans propres à l'Organisation ;
 - g) comme noms de comptes sur les réseaux sociaux ;
 - h) d'une manière qui laisse supposer que FSC est le fabricant ou le distributeur d'un produit.
- 9.2. L'Organisation ne doit pas remplacer le nom « Forest Stewardship Council » par une traduction. Une traduction peut être incluse entre parenthèses après le nom :

Forest Stewardship Council™ (traduction).
- 9.3. Le logo FSC ne doit pas être utilisé par l'Organisation pour promouvoir des matériaux contrôlés ou le Bois contrôlé.
- 9.4. L'Organisation ne doit pas utiliser la marque FSC sur ses produits sans apposer un label FSC sur le produit ou sur son emballage.
- 9.5. L'Organisation n'utilisera pas d'autres marques de certification forestière conjointement avec les marques commerciales FSC si celles-ci sont présentées d'une manière qui :
 - a) désavantage FSC en ce qui concerne la taille ou l'emplacement à côté des marques d'autres systèmes de certification forestière ;
 - b) sous-entend que FSC approuve ou cautionne d'autres systèmes de certification forestière ou que FSC est officiellement affilié à ces derniers ;
 - c) sous-entend que d'autres systèmes de certification forestière répondent aux mêmes normes et exigences que FSC.
- 9.6. L'Organisation ne doit pas :
 - a) modifier les proportions des visuels ;

- b) modifier ou ajouter du contenu aux visuels au-delà des éléments spécifiés ;
- c) donner l'impression que FSC fait partie d'autres informations, telles que des mentions environnementales sans rapport avec la certification FSC ;
- d) modifier la forme du contour ou de l'arrière-plan du label FSC ou du label FSC avec QR code;
- e) combiner la marque FSC ou les visuels FSC avec d'autres marques d'une manière qui suggère une association ;
- f) superposer des éléments graphiques ou textuels adjacents autour du label FSC ou du logo FSC (voir clause 7.7) ;
- g) placer le label FSC ou d'autres motifs sur un fond qui nuit à la lisibilité des éléments obligatoires ;
- h) placer la marque FSC d'une manière qui induit en erreur quant à ce à quoi elle se réfère.

L'Organisation ne doit pas :



Annexe 1 : Système de gestion de l'usage de la marque :

1. L'Organisation peut mettre en œuvre un système de gestion de l'usage de la marque, dans le respect de toutes les conditions spécifiées dans la présente Annexe.

2. Le système de gestion de l'usage de la marque de l'Organisation doit être approuvé par son organisme certificateur avant son utilisation, en démontrant sa conformité aux exigences énoncées à la clause 3 de la présente Annexe.

NOTE : La mise en œuvre d'un système de gestion de l'usage de la marque ne dispense pas l'organisme certificateur de sa responsabilité de vérifier l'utilisation correcte de la marque FSC. L'Organisation peut continuer à demander des conseils ou l'approbation de son organisme certificateur dans les cas complexes ou peu clairs.

3. L'Organisation doit mettre en place et entretenir un système de gestion de l'usage de la marque adapté à sa taille et à sa complexité, comprenant les éléments suivants :

- a) nommer au moins un représentant de la direction qui assume la responsabilité globale et dispose de l'autorité nécessaire pour garantir la conformité de l'Organisation avec toutes les exigences applicables en matière de gestion des marques ;
- b) mettre en œuvre et maintenir à jour des procédures documentées relatives au contrôle de la marque au sein de l'Organisation ;
- c) désigner le personnel responsable de la mise en œuvre de chaque procédure ;
- d) former le personnel désigné à la version actualisée des procédures de l'Organisation afin de garantir sa compétence dans la mise en œuvre du système de gestion de l'usage de la marque ;
- e) désigner au moins un contrôleur de marque chargé d'approuver en interne l'usage de la marque FSC ;
- f) s'assurer que le contrôleur de marque désigné a accompli avec succès la « Formation en ligne sur l'usage de la marque FSC pour les détenteurs de certificat » (disponible sur etraining.fsc.org). Si le contrôleur de marque désigné ne maîtrise aucune des langues dans lesquelles la formation FSC en ligne est disponible, il peut suivre un cours similaire sur l'usage de la marque FSC, qui comprend au moins le même contenu, et passer un examen ou obtenir un certificat attestant qu'il a suivi le cours.
- g) tenir à jour des registres complets et actualisés des autorisations d'usage de la marque, qui doivent être conservés pendant une période minimale de cinq ans.

4. L'Organisation doit cesser d'utiliser son système de gestion de la marque si son incapacité systématique à contrôler l'usage de la marque FSC est démontrée à la suite de non-conformités liées signalées par son organisme certificateur lors d'audits ou sur la base des conclusions d'un audit interne.

5. L'Organisation peut suspendre volontairement son système de gestion de l'usage de la marque en informant son organisme certificateur. L'Organisation doit informer son organisme certificateur avant la date de cessation et indiquer la durée de la suspension (temporaire ou permanente). Pendant la suspension du système de gestion de l'usage de la marque, l'Organisation doit soumettre toutes les nouvelles utilisations prévues de la marque FSC à son organisme certificateur.

6. L'Organisation peut reprendre son système de gestion de l'usage de la marque après une suspension, avec l'accord de son organisme certificateur et en fournissant des informations supplémentaires, selon le type de suspension, comme défini ci-dessous :

- a) En cas de suspension par l'organisme certificateur à la suite des conclusions d'un audit, l'Organisation doit démontrer qu'elle a pris des mesures correctives et fournir un exemple d'usage correct de la marque FSC avant sa reprise ;

- b) En cas de suspension volontaire, l'Organisation peut reprendre l'utilisation de son système de gestion de l'usage de la marque après avoir apporté la preuve de respect des exigences énoncées à la clause 3 de la présente Annexe.

Annexe 2 : Exigences supplémentaires pour les détenteurs de certificat de groupe et multisite

1. L'entité de groupe (ou son gestionnaire, son bureau central ou son site) doit s'assurer que le groupe et ses membres disposent d'un système de gestion de l'usage de la marque validé ou que tout usage de la marque FSC par le groupe ou ses membres individuels est approuvé par l'organisme certificateur avant toute utilisation.
2. L'Organisation peut convenir avec son organisme certificateur de la méthode de soumission la plus appropriée pour les demandes d'approbation de marque.

Informations sur le système de gestion de l'usage de la marque pour les détenteurs de certificat de groupe et multisite

Toutes les exigences relatives au système de gestion de l'usage de la marque figurant à l'Annexe 1 s'appliquent aux détenteurs de certificat de groupe et multisite. Le gestionnaire de certificats peut désigner un représentant de la direction et un ou plusieurs contrôleurs de marque dans le système de gestion de l'usage de la marque en fonction de la taille et de la complexité de l'Organisation. Les configurations possibles comprennent, sans s'y limiter :

- Le gestionnaire de certificats agit à la fois en tant que représentant de la direction et contrôleur de marque, approuvant l'utilisation des marques pour tous les membres du groupe.
- Le gestionnaire de certificats agit en qualité de représentant de la direction, tandis que les contrôleurs de marque sont nommés au niveau des membres.
- Le gestionnaire de certificats cumule les fonctions de représentant de la direction et de contrôleur de marque pour les membres qui n'ont nommé personne à ce poste ; toutefois, des contrôleurs de marque peuvent être désignés pour des membres individuels.
- Un représentant de la direction est nommé indépendamment du gestionnaire de certificats, plusieurs contrôleurs de marque étant désignés au niveau des membres du groupe.

3. L'entité du groupe (ou son gestionnaire, ou son bureau central) doit s'assurer que les membres du groupe conservent les registres des autorisations d'usage de la marque.
4. L'entité du groupe (ou son gestionnaire, ou son bureau central) peut créer du matériel promotionnel pour ses membres ou ses sites confirmant leur certification de groupe ou multisite.

NOTE: L'entité de groupe, le gestionnaire de groupe, le bureau central, les membres d'un groupe et les sites sont définis dans les normes <FSC-STD-30-005 Certification de Gestion forestière de groupe> et <FSC-STD-40-003 Certification de Chaîne de contrôle multisite>.

Annexe 3 : Exigences supplémentaires pour la certification de projet FSC.

1. L'Organisation peut promouvoir son projet certifié FSC et son statut de détenteur de certificat FSC à l'aide de la marque FSC.
2. L'Organisation peut utiliser la marque FSC pour promouvoir la certification de son projet dans ses supports promotionnels.
NOTE : Outre les sites internet, les catalogues, etc., les supports promotionnels comprennent également la promotion et la signalétique sur site, les présentoirs ou autres supports similaires.
3. Lorsqu'elle fait la promotion avec la marque FSC, l'Organisation doit inclure les éléments suivants :
 - a) Au moins un élément de la marque FSC : le nom « Forest Stewardship Council », les initiales « FSC » ou le logo FSC, comme stipulé dans la clause 1.1.
 - b) Numéro de licence FSC
 - c) Allégations promotionnelles

NOTE : Des exemples d'allégations promotionnelles figurent dans la norme <FSC-STD-50-001a Allégations promotionnelles par les détenteurs de certificat FSC>.

Restrictions

4. L'Organisation ne doit pas utiliser la marque FSC pour promouvoir une autre partie prenante (par exemple, un membre du projet) impliquée dans le projet.
NOTE : La définition d'un membre du projet figure dans la norme <FSC-STD-40-006 Norme FSC pour la certification de projet>.
5. L'Organisation détenant une certification de projet ponctuelle ne doit pas promouvoir le projet certifié FSC avant son achèvement.
6. L'Organisation ne doit pas promouvoir les projets certifiés FSC avec la marque FSC après la fin de la certification du projet, conformément à la norme <FSC-STD-40-006 Norme FSC pour la certification de projet>, ou après la vente du projet. L'Organisation peut contacter un prestataire de services liés à la marque FSC afin d'obtenir une licence promotionnelle pour continuer à promouvoir la marque FSC après la fin de la certification du projet.
7. L'Organisation peut utiliser le logo FSC, le nom FSC ou les initiales FSC pour des mentions de pourcentage uniquement si ce pourcentage est supérieur ou égal à 50 %, conformément à la norme <FSC-STD-40-006 Norme FSC pour la certification de projet>. Les mentions inférieures à 50 % peuvent être promues avec des références textuelles à FSC et au Forest Stewardship Council.
8. L'Organisation ne doit pas apposer les labels sur produits FSC sur les projets certifiés FSC.



FSC International

Adenauerallee 134

53113 Bonn

Allemagne

Téléphone : +49 (0)228 -36766 -0

Courriel : trademark@fsc.org