

FSC-tavaramerkin käyttöopas lisenssinhaltijoille – Usein kysytyjä kysymyksiä

1. YLEISKATSAUS JA TAUSTA

K: Miksi FSC:n tavaramerkin käyttöopas tavaramerkkilisenssinhaltijoille on päivitetty?

V: Ohje on päivitetty seuraavista syistä:

- Ohjeen tulee olla yhdenmukainen FSC:n tavaramerkkistandardin sertifiointihaltijoille (FSC-STD-50-001 V3-0 -standardin kanssa)
- Ohje on päivitetty yhdenmukaiseksi viherpesun vastaisten säännösten, kuten kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä koskevan direktiivin kanssa
- Viime oppaan pohjalta kerätyn sidosryhmäpalutteen huomioimiseksi
- Vaatimustenselkeyttämiseksi ja yksinkertaistamiseksi, jolloin oppaan käytettävyys paranee.

K: Mitkä ovat tärkeimmät muutokset uudistetussa oppaassa?

V: Tärkeimpiä muutoksia on kolme:

- Forest For All Forever (FFAF)-merkin käytöstä poistaminen
- Lisenssinumerollisen logomallin poistaminen
- Viestintämateriaaleihin sisällytettävien viestinnällisten elementtien päivittäminen.

K: Mistä päivästä lähtien tavaramerkkilisenssinhaltijoiden on noudatettava päivitettyä opasta?

V: Kaikkien tavaramerkkilisenssinhaltijoiden on noudatettava 1. kesäkuuta lähtien päivitettyä opasta kaikissa uusissa viestintämateriaaleissa.

K: Onko siirtymäaikaa ja mitä oppaan versiota tavaramerkkilisenssinhaltijoiden tulisi noudattaa?

V: 1. kesäkuuta alkaen kaikkien tavaramerkkilisenssinhaltijoiden tulee käyttää päivitettyä opasta. FSC myöntää tavaramerkkilisenssinhaltijoille kolmen kuukauden siirtymäajan olemassa olevien viestintämateriaalien tarkistamiseksi ja päivittämiseksi uuden oppaan vaatimusten mukaisiksi. Huomaa, että päivitetty viestintämateriaalit on tarkistettava ja hyväksyttävä FSC Suomella.

K: Milloin FFAF-merkin ja lisenssinumerollisten logopaneelien käytön tulee päättyä?

V: Tavaramerkkilisenssinhaltijoiden, jotka käyttävät FFAF-merkkiä ja / tai lisenssinumerollista logomallia missä tahansa digitaalisessa tai painetussa viestinnässä, on poistettava ne 1. syyskuuta 2026 mennessä. Huomaa: aiemmin julkaistuja sosiaalisen median julkaisuja ei tarvitse päivittää tai poistaa, mutta tavaramerkkilisenssinhaltijat eivät saa mainostaa/”boostata”/jakaa uudelleen jo julkaistuja julkaisuja 1.

K: Mitä tapahtuu, jos tavaramerkkilisenssinhaltija ei toteuta vaadittuja muutoksia 1. syyskuuta 2026 mennessä?

V: Sääntöjen noudattamatta jättäminen 1. syyskuuta 2026 jälkeen katsotaan FSC-tavaramerkkien väärinkäytöksi. FSC Suomi käsittelee tapaukset tavanomaisen väärinkäytösmenettelyn mukaisesti.

2. VIESTINNÄLLISET ELEMENTIT

K: Kuinka usein pakolliset viestinnälliset elementit on sisällytettävä?

V: Neljä viestinnällistä elementtiä (FSC-tavaramerkki / -tavaramerkit, FSC-lisenssikoodi, sanallinen viesti ja FSC:n verkkosivusto) on sisällytettävä vähintään kerran jokaiseen viestintämateriaaliin. Se, mikä lasketaan yhdeksi viestintämateriaaliksi, vaihtelee formaatin mukaan (esim. painettu esite on yksi materiaali; jokainen tuotetieto verkkokaupassa on yksi erillinen materiaali). Katso oppaan osio 3 kanavakohtaisia ohjeistuksia varten.

K: Mitä FSC-tavaramerkkejä tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää?

V: Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää materiaaleissaan FSC-logoa, FSC-lyhennettä ("FSC") ja FSC:n koko nimeä ("Forest Stewardship Council"). Lisätietoja on osiossa 1. FSC:stä viestiminen: Yleiset vaatimukset.

K: Mistä tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat hankkia FSC-logon?

V: FSC-logon voi ladata FSC Brand Hubista. Jos olet tavaramerkkilisenssinhaltijan edustaja ja tarvitset FSC Brand Hub -tilin, ota yhteyttä FSC Suomeen.

K: Onko tavaramerkkilisenssinhaltijoiden aina käytettävä kansainvälisen FSC:n verkkosivuston osoitetta (www.fsc.org), vai voiko linkki ohjata FSC Suomen verkkosivustolle?

V: Tavaramerkkilisenssinhaltijoiden on aina mainittava kansainvälisen FSC verkkosivuston osoite www.fsc.org viestintämateriaaleissaan. Paikallisten FSC-tavaramerkkien palvelutarjoajien kuten FSC Suomen verkkosivustojen osoitteita ei saa käyttää sen sijaan. Näin varmistetaan, että kuluttajat ohjataan ensisijaiseen FSC-tietolähteeseen, mikä tukee läpinäkyvyyttä ja yhdenmukaisuutta kaikilla markkinoilla.

K: Voidaanko "www." poistaa FSC:n verkkosivuston osoitteesta?

V: Kyllä. Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat näyttää verkkosivuston osoitteen muodossa fsc.org ilman "www."-etuliitettä.

K: Voidaanko FSC:n verkkosivusto upottaa hyperlinkkinä sen sijaan, että se näytetään tekstinä?

V: Kyllä. FSC:n verkkosivuston osoite voidaan upottaa hyperlinkkinä, esimerkiksi alleviivattuna tekstinä, kuten "lue lisää täältä", sen sijaan, että se kirjoitettaisiin kokonaan muodossa www.fsc.org. Molemmat muodot täyttävät vaatimukset, koska kuluttaja ohjataan osoitteeseen fsc.org, mikä varmistaa, että FSC:n verkkosivusto pysyy kuluttajien saatavilla.

3. MARKKINOINTIVÄITÄMÄT

K: Mitä markkinointiväittämiä tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää?

V: Päivitetyn oppaan liitteessä 1 on täydellinen luettelo markkinointiväittämistä, joista tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat valita.

K: Täytyykö tavaramerkkilisenssinhaltijoiden aina valita väittäjä, joka viittaa nimenomaan FSC-merkkiin?

V: Ei. Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat valita markkinointiväittäjän, joka sopii parhaiten niiden viestintätarkoitukseen. Liitteessä 1 on lauseita, jotka sopivat monenlaisiin tilanteisiin, mukaan lukien väittämät, jotka kuvaavat FSC:tä yleisesti tai itse tavaramerkkilisenssiä viittaamatta tiettyyn tuotemerkkiin.

K: Voivatko tavaramerkkilisenssinhaltijat käyttää useampaa kuin yhtä markkinointiväittäjää?

V: Kyllä. Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää useita markkinointiväittäjiä, yhdistellä niitä ja mukauttaa kieltä materiaaliinsa ja viestintätavoitteisiinsa sopivaksi, edellyttäen että lopputuloksena olevat väittämät ovat tarkkoja, selkeitä ja totuudenmukaisia. Ohjeet väittämiä yhdistelemiseen ja mukauttamiseen löytyvät liitteestä 1.

K: Onko tavaramerkkilisenssinhaltijoiden aina käytettävä markkinointiväittäjän täysversiota?

V: Ei. Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat valita käytettävissä olevan tilan ja halutun viestin mukaan joko täysimittaisen väittäjän tai tiivistetyn version. Liitteessä 1 on esitetty molemmat vaihtoehdot useimpien väittämiä osalta.

K: Joissakin täysimittaisissa markkinointiväittämissä tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat yhdistellä väittämiä. Voivatko tavaramerkkilisenssinhaltijat valita vain yhden väittäjän?

V: Ei. Jos väittämissä käytetään sanaa ”ja”, tavaramerkkilisenssinhaltijat eivät voi valita vain yhtä osaa väittäjästä.

K: Voidaanko pelkkää tekstiä ”FSC-sertifioitu tuote” käyttää markkinointiväittäjänä?

V: Ei. FSC on suorittanut oikeudellisen arvioinnin ja todennut, että pelkkä ilmaisu ”FSC-sertifioitu tuote” sisältää riskin, koska se ei ole riittävän tarkka eikä tarjoa asianmukaista taustatietoa, jotta sitä voitaisiin pitää lainnsäädännön mukaisena. Sitä ei hyväksytä minkään liitteessä 1 luetellun ilmoituksen korvikkeeksi.

Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää ilmausta ”FSC-sertifioitu tuote” tuotteen kuvauksessa (esim. tuotteen nimessä tai kuvauksessa) liitteessä 1 olevan laajan markkinointiväittäjän lisäksi.

K: Voivatko tavaramerkkilisenssinhaltijat käyttää tuote-etiketin tekstiä, kuten ”tukee vastuullista metsänhoitoa”, pelkkää markkinointiväittäjänä?

V: Eivät. Pelkkää tuote-etiketin tekstiä ei voida käyttää markkinointiväittäjänä. Sen lisäksi on aina oltava liitteessä 1 oleva markkinointiväittäjä mukana.

Esimerkki markkinointiväittäjästä, joka sisältää tekstin ”tukee vastuullista metsänhoitoa” ja jota voidaan käyttää.

FSC-tavaramerkkilisenssimme tarkoittaa, että meillä on lupa viestiä FSC-sertifioituista tuotteistamme. [Käyttämässämme/myymissämme] tuotteissa oleva FSC-merkki osoittaa sitoutumisemme vastuullisen metsänhoidon tukemiseen. Forest Stewardship Council (FSC) tarjoaa ratkaisuja biologisen monimuotoisuuden suojelemiseksi sekä metsäkadon ja ilmastomuutoksen torjumiseksi edistämällä vastuullista metsänhoitoa.

K: Voivatko tavaramerkkilisenssinhaltijat käyttää pelkkää tekstiä ”vastuullisen metsänhoidon merkki” markkinointiväittäjänä?

V: Eivät. Tavaramerkkilisenssinhaltijat eivät voi käyttää tekstiä ainoana markkinointiväittäjänä tai yhdistettynä mihinkään muuhun markkinointiväittäjänä.

K: Voidaanko selventäviä lauseita, kuten ”tutustu FSC-sertifioituihin tuotteisiimme”, käyttää markkinointiväittiminä?

V: Ei. Selventävät lauseet eivät täytä vaatimuksia, jotka koskevat viherpesun vastaisten lainsäädäntöjen mukaisia markkinointiväittämiä. Niiden tarkoituksena on kiinnittää kuluttajien huomio tiettyihin FSC-sertifioituihin tuotteisiin laajemmassa materiaalissa, ei selittää, mikä FSC on, mitä lisenssi tarkoittaa tai mikä tekee tuotteesta FSC-sertifioidun. Erikseen käytettyinä niiltä puuttuu viherpesun vastaisen lainsäädännön edellyttämä tarkkuus ja tukeva konteksti, ja niitä pidettäisiin yleisinä ympäristöväitteinä.

Tavaramerkkilisenssinhaltijan on aina sisällytettävä liitteessä 1 oleva hyväksytty markkinointiväittäminen selventävän lauseen ohella. Niillä on eri tehtävät, eikä niitä voi käyttää keskenään vaihdellen.

4. FSC-tavaramerkkien käyttö erikanavissa

Verkkokauppa ja verkkokaupat

K: Onko kaikkien viestinnällisten elementtien oltava näkyvissä jokaisessa yksittäisessä tuotetiedotteessa?

V: Kyllä. Jokainen verkkokauppa-alustalla tai verkkokaupassa oleva tuotetieto käsitellään erillisenä viestintämateriaalina. Siksi kaikki neljä viestinnällistä elementtiä on näytettävä jokaisessa tuotelistauksessa. Jos alustan tekstikentät rajoittavat tekstin määrää, elementit voidaan upottaa tuotekuvaan tai grafiikkaan. Vaihtoehtoisesti tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat sisällyttää nämä elementit verkkosivuston alatunnisteeseen. Jos elementtejä käytetään alatunnisteessa, varmista, että sivustolla on selventävä maininta (esim. FSC-sertifioidut tuotteet tunnistat FSC-logosta), jos verkkokaupassa on sekä FSC-sertifioituja että sertifioimattomia tuotteita.

K: Voiko tuotelistaukseen sisällyttää linkin erilliselle sivulle, jolla kaikki viestinnälliset elementit näkyvät, sen sijaan että ne sisällytettäisiin suoraan tuotelistaukseen?

V: Ei. Verkkokaupan tuotetiedoissa kaikkien viestinnällisten elementtien on näytettävä suoraan tuotetiedoissa. Linkki erilliselle sivulle, jolla elementit näkyvät, ei riitä yksittäisten tuotetietojen osalta. Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat upottaa pakolliset elementit verkkosivuston alatunnisteeseen ja lisätä selventävän maininnan.

K: Jos verkkosivusto listaa tuotteita tai tuotetyyppejä, mutta ei sisällä verkkokauppaa tai verkkokauppatoimintoa, käsitelläänkö koko verkkosivustoa yhtenä viestintämateriaalina?

V: Kyllä. Verkkosivusto, joka kuvaa tai luettelee tuotteita, mutta jossa ei ole kauppa- tai verkkokauppatoimintoa, käsitellään yhtenä viestintämateriaalina. Viestinnällisten elementtien on näytettävä vain kerran koko sivustolla.

Sosiaalinen media

K: Täyttääkö linkki tekstiin – esimerkiksi sosiaalisen median tilin esittelytekstiin (bio), jossa kaikki viestinnälliset elementit näkyvät – kyseisen tilin julkaisuille asetetut vaatimukset?

V: Ei. Bio-osiota ei tule käyttää pakollisten viestinnällisten elementtien tarjoamiseen syötteessä oleville viesteille. Bio-osion ja yksittäisten viestien välinen yhteys voi katketa bio-osion päivitysten vuoksi, mikä tarkoittaa, että linkkiä vaatimustenmukaiseen sisältöön ei voida taata viestin katseluhetkellä.

Jos profiiliosio itsessään sisältää FSC:hen liittyvää viestintäsisältöä, sitä käsitellään itsenäisenä viestintämateriaalina, ja sen on sisällettävä kaikki pakolliset elementit (jotka voidaan toimittaa URL-osoitteen tai linkin kautta, koska profiiliosiot tukevat yleensä vain tekstiä).

K: Entä jos sosiaalisen median alusta ei salli hyperlinkkejä?

V: FSC:n verkkosivuston osoitteen ei tarvitse olla hyperlinkki. Pelkän tekstin muodossa esitetty ”www.fsc.org”

tai "fsc.org" on hyväksyttävää.

K: Jos tavaramerkkilisenssinhaltija käyttää sekä FSC-logoa että tekstissä mainittua FSC:n lyhennettä sosiaalisen median julkaisussa, sovelletaanko silti tavaramerkioppaassa mainittavia ohjeistuksia tiettyjen viestinnällisten elementtien pois jättämisestä?

V: Ei. Oppaassa mainittavat ohjeistukset, jotka sallivat rekisteröintimerkin ja joissakin tapauksissa lisenssikoodin ja verkkosivuston pois jättämisen, koskevat tilanteita, joissa käytetään FSC:n lyhennettä tai FSC:n koko nimeä, mutta vain silloin, kun FSC:n logoa ei ole mukana. Kun FSC:n logo esiintyy julkaisussa, kaikki viestinnälliset elementit on esitettävä, ja tavaramerkin rekisteröintimerkki on liitettävä logoon.

5. TOIMITTAJAN DOKUMENTAATIO

K: Oppaassa todetaan, että tavaramerkkilisenssinhaltijan tai toimittajan omia ilmoituksia (self-declaration) ja kirjallisia lausuntoja ei hyväksytä. Tarkoittaako tämä, että kaikki toimittajien kirjalliset lausunnot ovat nyt kiellettyjä? Mitkä asiakirjat ovat hyväksyttäviä?

V: Kielto koskee nimenomaan omia ilmoituksia (self-declaration) ja vahvistamattomia kirjallisia lausuntoja, kuten asiakirjoja, joissa väitetään tuotteen olevan FSC-sertifioitu ilman, että ne liittyvät viralliseen toimitusasiakirjaan. Seuraavat asiakirjat ovat hyväksyttäviä:

- FSC-sertifioidun toimittajan laatimat laskut, joissa näkyy toimittajan Chain of Custody (CoC) -sertifiointinumero ja asiaankuuluva FSC-väittämä
- FSC-sertifioidun toimittajan toimitusasiakirjat tai muut viralliset myyntiasiakirjat, jotka sisältävät vaaditut CoC- ja FSC-väittämätiedot
- Toimittajan kirjeet (supplier letter), edellyttäen että ne ovat virallisia asiakirjoja toimittajan kirjelomakkeella ja sisältävät kaikki vaaditut tiedot (CoC-numero, CoC-sertifikaattia vastaavat toimittajan nimi ja osoite, FSC-väittämä sekä selkeä maininta siitä, mitkä tuotteet ovat FSC-sertifioituja).

6. KOULUTUS, TYÖKALUT JA RESURSSIT

Verkkokoulutus

K: Milloin päivitetty tavaramerkkien käyttö lisenssinhaltijoille-verkkokoulutus tulee saataville, ja kuka voi osallistua siihen?

V: Päivitetty tavaramerkkien käyttö lisenssinhaltijoille-verkkokoulutus on saatavilla osoitteessa academy.fsc.org kesäkuun alkupuolella. Koulutus on avoinna kaikille tavaramerkkilisenssinhaltijoille.

FSC Brand Hub

K: Milloin FSC Brand Hubin materiaalit päivitetään vastaamaan uusia ohjeita?

V: Kaikki olemassa olevat staattiset ja muokattavat materiaalit ovat saatavilla päivitetyissä muodoissaan FSC Brand Hubissa 1. kesäkuuta 2026 alkaen.

K: Keneen tavaramerkkilisenssinhaltijoiden tulee ottaa yhteyttä, jos heillä on ongelmia FSC Brand Hubin kanssa?

V: FSC Brand Hubiin liittyvät ongelmat tulee ilmoittaa FSC Suomelle tai kansainvälisen FSC:n Connect-postilaatikkoon: connect@fsc.org

K: Milloin FFAF-merkki ja lisenssinumerollinen logomalli poistetaan FSC Brand Hubista?

V: Sekä FFAF-merkki että lisenssinumerollinen logomalli poistetaan FSC Brand Hubista 1. kesäkuuta 2026. Tavaramerkkilisenssinhaltijoiden on poistettava ne kaikista olemassa olevista materiaaleista 1. syyskuuta 2026 mennessä

Tukimateriaalit

K: Mitä tukimateriaaleja on saatavilla ja mistä ne ovat saatavilla?

V: FSC on laatinut seuraavat materiaalit tukemaan päivitetyn tavaramerkkien käyttö -oppaaseen siirtymistä:

- Tarkistuslista: mitä toimenpiteitä tulisi tehdä elokuun loppuun mennessä + viestintämateriaalin hyväksyminen
- Tavaramerkkien käyttöopas-Usein kysytyt kysymykset -dokumentti
- PLH-oppaan yhteenveto (englanniksi)
- Vähittäiskauppioiden ja brändien kelpoisuus tavaramerkkilisenssinhaltijaksi -ohjeistus (englanniksi)

Commented [ER1]: Tarkistuslista puuttuu?

Ota yhteyttä FSC Suomeen saadaksesi lisätietoja.

7. MUUT TIEDOT

Kriteerit FSC-tavaramerkkilisenssin voimassaololle

K: Mistä potentiaaliset asiakkaat löytävät tietoa FSC-tavaramerkkilisenssin voimassaolosta?

V: FSC julkaisee kaikki voimassaolotiedot ja tukimateriaalit potentiaalisille asiakkaille osoitteessa fsc.org.

Hyväksyntä

K: Onko tavaramerkkilisenssinhaltijoiden toimitettava kaikki aiemmin hyväksytyt materiaalit uudelleen hyväksyttäväksi, kun muutokset on toteutettu?

V: Kyllä. Kaikki viestintämateriaalit, joita on päivitetty uusien vaatimusten mukaisiksi, katsotaan uudeksi viestintämateriaaliksi, ja ne on toimitettava FSC Suomelle hyväksyttäväksi ennen niiden julkaisemista tai painamista. Tämä koskee kaikkia materiaaleja, jotka on tuotettu tai päivitetty 1. kesäkuuta 2026 jälkeen.

K: Muuttuuko hyväksymisprosessi päivitetyn oppaan myötä, esimerkiksi otetaanko käyttöön digitaalinen työkalu online-hyväksyntöjä varten?

V: Ei. Hyväksymisprosessi pysyy ennallaan. Tavaramerkkilisenssinhaltijat toimittavat materiaalit edelleen FSC Suomelle tarkastettavaksi ja hyväksyttäväksi samalla tavalla kuin tähän asti.

Tavaramerkkilisenssinhaltijan väittämät FSC-sertifioituissa tuotteissa/pakkauksissa (myyntiä varten)

K: Voiko tavaramerkkilisenssinhaltija sisällyttää yrityksensä nimen toimittajansa FSC-sertifioituun tuotteeseen tai sen pakkaukseen (myyntiä varten) sijoitettuun markkinointiväittämään, esimerkiksi "[Yrityksen nimi] tukee vastuullista metsänhoitoa"?

V: Ei. Ainoastaan FSC-sertifioidut organisaatiot (alkuperäketjun sertifikaatinhaltijat) saavat esittää tuotemerkkinsä suoraan FSC-sertifioituissa tuotteissa tai sen pakkauksessa. Tavaramerkkilisenssinhaltijat eivät saa tehdä niin, koska yrityksen nimen sijoittaminen suoraan tuotteeseen voisi luoda väärän

vaikutelman, että tavaramerkkilisenssinhaltija olisi FSC-sertifioitu tai aktiivinen osallistuja sertifioidussa toimitusketjussa, mikä olisi harhaanjohtavaa kuluttajille.

Tavaramerkkilisenssinhaltijat voivat käyttää yrityksensä nimeä viestintämateriaaleissa, joita ei kiinnitetä suoraan tuotteeseen (esim. luettelot, verkkosivustot, myymälänäytöt), edellyttäen että viestintäkokonaisuudessa kuvataan selkeästi niiden tavaramerkkilisenssin laajuus.