

Requisiti per l'uso dei marchi FSC da parte delle organizzazioni certificate

CONFRONTO INCROCIATO

16 novembre 2015

Questo riferimento incrociato è stato creato per facilitare la consultazione pubblica sui Requisiti per l'uso dei marchi FSC da parte delle organizzazioni certificate (FSC-STD-50-00a V2-0 D1-0). Il confronto incrociato assiste nell'identificare ed evidenziare le differenze tra i requisiti esistenti e la bozza di standard revisionato. Le modifiche proposte in questo processo di revisione vengono evidenziate in rosso e identificate secondo la legenda seguente:

Legenda	Modifica rispetto ai requisiti esistenti
=	Nessuna modifica
●●	Requisito modificato
(+)	Aggiunto da altri documenti normative FSC
+++	Nuovo requisito
///	Requisito rimosso

	REQUISITI DELLA BOZZA DI REVISIONE	MODIFICHE RISPETTO AI REQUISITI ATTUALI
	Parte I: Requisiti generali	
	1 Regole di base per l'uso dei marchi FSC	
●●	1.1 Il Forest Stewardship Council AC (FSC) è proprietario dei seguenti marchi registrati:	1.1 – Sono stati aggiunti due nuovi marchi da FSC-ADV-50-004.
●●	a) Il nome "Forest Stewardship Council";	
●●	b) Le iniziali FSC;	
●●	c) Il logo FSC " <i>checkmark and tree</i> " [segno di spunta e albero];	

●●	d) Il marchio completo “Forests for All Forever”;	
●●	e) Il logo “Forests for All Forever” con marchio testuale.	
=	1.2 Al fine di utilizzare i marchi FSC, l’organizzazione deve aver firmato un accordo di licenza per il marchio FSC ed essere in possesso di un valido certificato FSC.	1.2
=	1.3 Il codice di licenza del marchio FSC assegnato da FSC deve essere incluso in tutte le applicazioni descritte in questo standard, eccetto se specificato diversamente.	1.5
●●	1.4 Il logo FSC e i marchi Forests for All Forever devono includere i simboli di marchio registrato ® o ™ in carattere d’apice nell’angolo in alto a destra. Il simbolo deve essere scelto sulla base dello stato di registrazione del marchio FSC nel paese nel quale vanno distribuiti materiali o prodotti certificati FSC. Il simbolo applicabile deve essere anche aggiunto a “FSC” e a “Forest Stewardship Council” al loro primo uso in qualsivoglia testo. Lo stato di registrazione dei marchi FSC viene fornito per Paese nell’Allegato 1.	1.15 – Il linguaggio è stato chiarito e sono stati aggiunti nuovi marchi.
=	1.5 Organizzazioni in possesso di certificati di gruppo o di progetto devono riferirsi all’Allegato 2 per requisiti aggiuntivi relativi all’uso dei marchi FSC.	1.3
●●	1.6 L’organizzazione deve sottoporre per approvazione all’ente di certificazione tutti gli usi previsti dei marchi FSC, a meno che non abbia una condizione valida di auto-approvazione. Si prega di riferirsi all’Allegato 3 per ulteriori informazioni sull’auto-approvazione.	1.16 e nota sottostante – È stata aggiunta come opzione l’auto-approvazione e il linguaggio è stato chiarito.
	2 Restrizioni all’uso dei loghi FSC	
+++	2.1 I marchi FSC non devono essere usati:	
=	a) In un modo che possa causare confusione, errata interpretazione o perdita di credibilità per lo schema di certificazione FSC;	1.6

=	b) In un modo che implichi che FSC sostenga, partecipi a o sia responsabile per le attività realizzate dall'organizzazione, al di fuori del campo di applicazione della certificazione;	1.7
=	c) Per promuovere aspetti di qualità del prodotto non coperti dalla certificazione FSC;	1.12
●●	d) In nomi di prodotti, nomi di aziende o nomi di domini di siti web;	1.13 – Rimosso: “I marchi FSC possono essere usati per descrivere la certificazione del prodotto”.
●●	e) In relazione al Legno Controllato FSC – i marchi FSC non devono essere usati per etichettare prodotti o in alcuna promozione di vendite o di approvvigionamento di materiale controllato o di Legno Controllato FSC ; le iniziali FSC devono essere usate solo per trasferire dichiarazioni di Legno Controllato FSC in vendite e documenti di trasporto, in conformità con i requisiti FSC .	1.4 – Il testo è stato allineato con i requisiti per il Legno Controllato.
●●	2.2 Il nome “Forest Stewardship Council” non deve essere sostituito con una traduzione. Una traduzione può essere inclusa tra parentesi dopo il nome.	1.14 e nota sottostante – La nota sottostante il requisito 1.14 è stata aggiunta al requisito, con chiarimento del linguaggio.
///		1.8 – Rimosso: “L’uso dei marchi FSC non deve implicare che FSC sia responsabile per la produzione di alcun prodotto, documento o materiale promozionale.”.
///		1.11 – Rimosso: “Se l’organizzazione desidera includere maggiori informazioni a proposito di FSC su qualsivoglia materiale, le stesse devono essere approvate dall’ente di certificazione.”.
	Parte II: Uso delle etichette FSC sui prodotti	
	3 Selezione dell’etichetta FSC	
●●	3.1 Al fine di realizzare una dichiarazione sul prodotto, l’organizzazione deve selezionare la corretta etichetta FSC, sulla base della	2.1 – È stato aggiunto un chiarimento.

	dichiarazione FSC con la quale il prodotto è stato fornito o per la quale è qualificato. Possono essere fatte dichiarazioni testuali solo in aggiunta ad una etichetta sul prodotto.	
●●	3.2 Le etichette corrispondenti alle categorie di dichiarazione sono: Si prega di riferirsi al documento di discussione FSC-DIS-50-003.	3.1 – Si prega di riferirsi al documento di discussione FSC-DIS-50-003.
(+)	3.3 Le etichette corrispondenti alle categorie di dichiarazione specifiche per Piccoli Produttori e Comunità sono: il requisito deve essere allineato con il requisito 3.2.	Aggiunto da FSC-ADV-50-003.
+++	3.4 L'organizzazione può scegliere se usare l'etichetta completa con tutti gli elementi o la mini-etichetta con elementi ridotti.	Nuovo requisito che, sostituendo i requisiti 3.1 e 3.3.1, rimuove il requisito d'uso dell'etichetta completa, e concede invece la possibilità di scegliere.
=	3.5 Deve essere impiegato solamente il materiale grafico d'etichetta FSC fornito dal generatore di etichette o altrimenti rilasciato o approvato dall'ente di certificazione o da FSC.	1.10
	Specificazione del tipo di prodotto	
●●	3.6 Il tipo di prodotto deve sempre essere usato all'interno di etichette di prodotto su materiali di stampa certificati FSC. Per gli altri prodotti, il tipo di prodotto deve essere usato, eccetto se tutti i materiali del prodotto e della sua confezione/contenuto sono coperti da certificazione FSC.	2.2 – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	3.7 Non devono essere usati come tipi di prodotto specifici nomi di prodotto. Un elenco di tipi di prodotto (ad esempio "legno", "carta") viene fornito dal generatore di etichette. Tali termini sono da intendersi come categorie ampie. L'elenco non è esaustivo e l'organizzazione deve contattare FSC attraverso l'ente di certificazione per una qualsiasi richiesta per un nuovo tipo di prodotto da aggiungere, es. un prodotto forestale non legnoso.	10.11 – Il linguaggio è stato chiarito.
	Uso dell'anello di Moebius	

=	3.8 L'uso dell'anello di Moebius è opzionale per le etichette Misto e Riciclato.	3.2.1
●●	3.9 L'anello di Moebius non deve essere usato senza un'indicazione della percentuale. Tale indicazione deve riflettere la somma del contenuto di materiale di recupero post-consumo e pre-consumo, che può essere dimostrato attraverso procedure interne o le informazioni da parte del fornitore, basate sui processi di catena di custodia dello stesso.	2.5 – Il linguaggio è stato chiarito.
	4 Requisiti d'etichettatura	
=	4.1 I prodotti che sono destinati ad essere etichettati o promossi come certificati FSC devono essere inclusi nell'elenco dei gruppi di prodotti certificati dell'organizzazione e devono rispettare i requisiti di ammissibilità per l'etichettatura così come stabilito dallo standard FSC in materia.	1.9
●●	4.2 L'etichetta deve essere usata solo dove tutte le parti permanenti di origine forestale del prodotto siano coperte da certificazione FSC. Materiali d'imballaggio non sono considerati parti permanenti del prodotto, ma devono essere trattati loro stessi come prodotti.	2.4 – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	4.3 L'etichetta FSC dovrebbe essere chiaramente visibile sul prodotto, l'imballaggio dello stesso o su entrambi.	2.3 – Il requisito è stato mutato in raccomandazione.
+++	4.4 Laddove una pubblicazione debba essere distribuita sia in versione stampata sia online, l'etichetta FSC sul prodotto dovrebbe essere rimossa dalla versione online.	
●●	4.5 Quando un prodotto è etichettato FSC, sullo stesso prodotto non devono essere utilizzati marchi relativi ad altri schemi di certificazione forestale.	2.6 – Chiarito per allinearli con l'interpretazione.
●●	4.6 I marchi di altri schemi di certificazione forestale possono essere utilizzati per promozione o informazione di prodotto in una pubblicazione etichettata FSC, fintantoché non ci sono riferimenti al	2.6.1 – Il linguaggio è stato chiarito.

	fatto che la carta della pubblicazione è certificata secondo l'altro schema di certificazione (ossia, non sussiste alcuna dichiarazione di doppia certificazione).	
	Uso del logo FSC in aggiunta all'etichetta sul prodotto	
●●	4.7 Il logo FSC con il codice di licenza può essere applicato direttamente al prodotto solo se viene usata un'etichetta di prodotto sull'imballaggio oppure applicata alternativamente come adesivo o etichetta a caduta.	4.3 – Il requisito è stato ampliato per considerare tutti i loghi aggiuntivi usati sui prodotti, non solo marchi a caldo e stampi. Il linguaggio è stato chiarito.
●●	4.8 Laddove il posizionamento della normale etichetta per un prodotto non è sul lato a vista rispetto al consumatore (come ad esempio su un pannello laterale o all'interno di un libro), può essere usato un logo aggiuntivo o un marchio Forests for All Forever in una posizione più prominente. In questo caso, l'etichetta sul prodotto deve essere visibile al consumatore anche senza l'acquisto del prodotto.	Nota sottostante 2.3: è stato aggiunto il requisito dell'etichetta sul prodotto visibile/accessibile.
	Etichettatura di prodotti semi-finiti	
●●	4.9 Se l'organizzazione desidera etichettare prodotti semi-finiti, l'etichetta FSC dovrebbe essere applicata solo sull'imballaggio o sul prodotto, in un modo tale che essa possa essere rimossa prima o durante l'ulteriore trasformazione (ad esempio sull'imballaggio che avvolge pacchi di legname o carta).	Nota sottostante 4.6: il linguaggio è stato chiarito.
	Accordi di etichettatura tra organizzazioni	
=	4.10 Se due organizzazioni certificate FSC stipulano un accordo in base al quale il fornitore etichetta i prodotti utilizzando il codice di licenza del marchio FSC del cliente, devono essere rispettate le seguenti condizioni:	4.5
+++	a) I prodotti che devono essere etichettati devono essere inclusi nel campo di applicazione del certificato di entrambe le organizzazioni;	Il requisito è stato aggiunto per chiarire le condizioni.

=	b) Entrambe le parti devono informare per iscritto i rispettivi enti di certificazione in merito all'accordo. Tale informazione agli enti di certificazione deve includere l'indicazione di quale ente di certificazione debba essere responsabile dell'approvazione delle etichette di prodotto;	4.5 a)
=	c) L'ente di certificazione selezionato è responsabile di assicurare che il codice del cliente sia utilizzato esclusivamente su prodotti che vengono forniti a quello stesso cliente;	4.5 b)
●●	d) Entrambe le organizzazioni devono conservare i dati relativi all'uso delle etichette del cliente facilmente accessibili per le verifiche dell'ente di certificazione.	4.5 c) Il requisito è stato ampliato per includere entrambe le organizzazioni.
///		2.7 – Rimosso: “Quando i prodotti siano realizzati per essere venduti a rivenditori che desiderino utilizzare i marchi FSC per promuoverli, essi devono recare l'etichetta FSC sia sul prodotto o sull'imballaggio che sarà visibile al consumatore.”.
///		4.1 – Rimosso: “Articoli di cancelleria [<i>stationery</i>] e <i>brochure</i> stampati su carta certificata FSC non devono essere etichettati in maniera tale o con l'etichetta in posizione tale da suggerire che qualsiasi organizzazione rappresentata sulla pubblicazione, o i suoi prodotti, sono sostenute da FSC. Ad esempio l'etichetta non deve essere collocata sulla prima di copertina di una <i>brochure</i> o nell'intestazione della carta intestata o di altro <i>template</i> di documento, o vicino a immagini di prodotti forestali che non sono certificati FSC.”.
///		4.2 – Rimosso: “Quando un biglietto da visita viene stampato su carta FSC, la mini-etichetta deve essere impiegata nelle dimensioni minime consentite. L'uso della mini-etichetta non deve implicare che

		l'organizzazione è affiliata con FSC.”.
///		4.4 – Rimosso: “Dichiarazioni relative a qualità al di fuori del controllo di FSC (quali ad esempio altre caratteristiche ambientali del prodotto) devono essere chiaramente separate dal testo relativo a FSC.”.
	Parte III: Uso promozionale dei marchi FSC	
	5 Elementi promozionali	
●●	5.1 Quando si promuovono prodotti certificati FSC o la condizione di organizzazione certificata FSC, deve essere utilizzato uno dei seguenti elementi:	5.1 – Sono state aggiunte opzioni ed il linguaggio è stato chiarito. Si veda la bozza per la descrizione completa.
●●	5.2 Se ci sono limitazioni di spazio, il testo può essere omesso quando si fa uso del logo FSC (5.1.a).	Il testo è stato spostato dalla nota sottostante il requisito 5.1, e adattato.
●●	5.3 Per l'uso del logo FSC (5.1.a), esiste una predisposizione degli elementi pronta per l'uso in un pannello promozionale FSC disponibile nel generatore di etichette.	Il testo è stato spostato dalla nota sottostante il requisito 5.1, e adattato.
	6 Requisiti per l'uso promozionale	
(+)	6.1 Quando viene utilizzato il marchio completo Forests for All Forever (5.1.b) su un prodotto etichettato FSC, deve essere fatto un chiaro riferimento al prodotto specifico che viene promosso, eccetto se il marchio viene usato sullo stesso lato o sulla stessa pagina dell'etichetta FSC di prodotto che specifica il tipo di prodotto certificato . Per esempio, un imballaggio di cartone che porta un marchio completo Forests for All Forever in aggiunta ad un'etichetta di prodotto, deve riportare visibilmente una descrizione quale “cartone certificato FSC”, o simile, sul prodotto.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-003.
●●	6.2 Laddove l'insieme di elementi promozionali descritti in 4.1 viene utilizzato solo una volta in cataloghi, brochure, siti web per la vendita online, che includono anche prodotti non certificati, un link o un testo	6.1 – La formulazione è stata allineata.

	del tipo “Cerca i prodotti certificati FSC” deve essere incluso vicino ad essi , laddove i prodotti non siano tutti sulla stessa pagina. I prodotti certificati FSC devono essere indicati usando il marchio preferito .	
	Articoli promozionali e fiere commerciali	
=	6.3 I marchi FSC possono essere utilizzati su tazze, penne, T-shirt, cappellini, striscioni, veicoli aziendali, ecc. In questi casi, è sufficiente che siano riportati il logo FSC e il codice di licenza del marchio FSC.	8.1
=	6.4 Se i materiali promozionali sono interamente o in parte realizzati in legno (ad esempio, matite o chiavette USB), al fine di riportare un marchio FSC come promozione per l’organizzazione, essi devono rispettare tutti i requisiti applicabili per l’etichettatura, così come specificati in FSC-STD-40-004.	8.2
=	6.5 Quando i marchi FSC vengono utilizzati a scopo promozionale in occasione di fiere, l’organizzazione deve:	8.3
=	a) Indicare chiaramente quali prodotti sono certificati FSC e tali prodotti devono portare un’etichetta FSC sul prodotto, oppure	8.3 a)
●●	b) Aggiungere un avviso visibile che afferma “Richiedete i nostri prodotti certificati FSC”, o simile , se non ci sono prodotti certificati FSC in esposizione. L’uso di testo per descrivere la certificazione FSC dell’organizzazione non richiede alcun avviso.	8.3 b) Il linguaggio è stato chiarito per permettere variazioni.
	Dichiarazioni d’investimento sulle operazioni certificate FSC	
=	6.6 Le organizzazioni devono assumersi la piena responsabilità per l’uso dei marchi FSC ad opera di società di investimento e altri soggetti che rilasciano dichiarazioni di natura finanziaria sulla base delle loro attività forestali certificate FSC.	9.1
=	6.7 Ciascuna di tali dichiarazioni deve essere accompagnata dal messaggio: “FSC non è responsabile e non riconosce alcuna dichiarazione di carattere finanziario sui ricavi degli investimenti”.	9.2

	7 Restrizioni all'uso promozionale	
=	7.1 I marchi FSC non devono essere utilizzati assieme a marchi di altri schemi di certificazione forestale in un modo che suggerisca equivalenza o che risulta penalizzante per i marchi FSC in termini di dimensioni o posizionamento.	7.2
+++	7.2 I marchi FSC non devono essere usati a fini promozionali su fatture, note di consegna, o documenti simili. Le dichiarazioni di catena di custodia non sono considerate promozionali.	Nota per portatori d'interesse: la restrizione sull'uso promozionale sulle fatture è stata introdotta come suggerimento per l'attuazione della Mozione 36, che chiamava all'azione per affrontare la confusione nel mercato. Inoltre, è in corso un'azione di ricerca per mappare meglio la "confusione" a cui la mozione fa riferimento, al di là dei documenti menzionati.
●●	7.3 I marchi o il logo FSC non devono essere usati per promozione su biglietti da visita. È permessa una dichiarazioni di testo con codice di licenza, es. "Siamo in possesso di certificazione FSC (FSC® C#####).	7.4 – È stata aggiunta la possibilità di includere una dichiarazione di testo promozionale sui biglietti da visita.
=	7.4 I prodotti certificati FSC non devono essere promossi con il logo dell'ente di certificazione da solo.	6.2
///		7.1 – Rimosso: "Le organizzazioni che non hanno prodotto, etichettato o venduto alcun prodotto certificato FSC dall'ultima verifica di sorveglianza annuale dell'ente di certificazione non devono utilizzare i marchi FSC per la promozione generale dell'azienda."
///		7.3 – Rimosso: "I marchi FSC non devono essere impiegati nell'intestazione di <i>template</i> di documenti quali carta intestata, documenti di vendita ed e-mail."
///		7.5 – Rimosso: "Se i marchi FSC vengono utilizzati su <i>template</i> relativi a fatture, note di spedizione e documenti simili che potrebbero essere impiegati per prodotti certificati FSC e prodotti non certificati FSC, la

		seguente dichiarazione deve essere inclusa: “Solamente i prodotti che su questo documento sono identificati come tali sono certificati FSC”.”.
	Parte IV: Requisiti grafici	
	8 Etichetta FSC sul prodotto e logo <i>checkmarck-and-tree</i> [segno di spunta e albero]	
	Colore	
●●	8.1 L’etichetta FSC sul prodotto e il logo FSC devono essere usati nelle seguenti variazioni di colore:	10.1 e 11.7 – Il linguaggio è stato chiarito e i due requisiti combinati.
●●	8.2 Il colore verde per riproduzione [delle etichette] deve essere Pantone 626C (oppure R0 G92 B66 / C81 M33 Y78 K28).	10.1.1 – Sono stati aggiunti RGB e CMYK.
●●	8.3 Qualora i colori standard non siano disponibili, può essere adottato il colore più scuro disponibile su uno sfondo a colore solido non decorato, purché il contrasto consenta la leggibilità [dell’etichetta]. L’etichetta può essere prodotta nelle versioni in positivo o in negativo.	10.1.2 – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	8.4 Laddove non siano disponibili aree bianche non stampate, gli elementi dell’etichetta possono essere riprodotti in nero o bianco su un colore di sfondo che fornisce un sufficiente contrasto.	10.1.3 – Il linguaggio è stato chiarito.
	Dimensione e formato delle etichette	
=	8.5 Le etichette FSC possono essere utilizzate nelle versioni <i>portrait</i> [ritratto] o <i>landscape</i> [paesaggio].	10.4
●●	8.6 Le etichette FSC devono essere stampate ad una dimensione in cui tutti gli elementi siano leggibili. La dimensione minima per l’etichetta deve essere:	La dimensione minima si riferisce sia all’etichetta completa sia alla mini-etichetta.
●●	a) In formato <i>portrait</i> 11 mm di larghezza;	10.5 – La dimensione minima si riferisce sia all’etichetta completa sia alla mini-etichetta.

●●	b) Nel formato <i>landscape</i> 8 mm di altezza.	10.6 – La dimensione minima si riferisce sia all’etichetta completa sia alla mini-etichetta
+++	8.7 Per piccoli prodotti dove la dimensione della carta è inferiore a A5 o la dimensione dell’imballaggio è inferiore a 250 ml, le dimensioni minime [dell’etichetta] sono 9 mm per il formato <i>portrait</i> e 6 mm per il formato <i>landscape</i> , purché sia preservata la leggibilità.	Sono state aggiunte le condizioni per la dimensione ridotta.
+++	8.8 Laddove sorgono problemi tecnici nel creare le etichette con più righe per prodotti piccoli (es. penne, matite, pennelli per <i>make-up</i>), può essere usata una disposizione su una riga degli elementi della mini-etichetta, seguendo l’indicazione dimensionale dell’etichetta <i>landscape</i> .	È stata inclusa l’opzione ad una riga, a certe condizioni.
=	8.9 Con il generatore di etichette possono essere aggiunte fino a 4 lingue diverse ad una etichetta.	10.15
=	8.10 Laddove l’aggiunta del tipo di prodotto o la traduzione richiedono maggiore spazio, l’etichetta in versione <i>portrait</i> può essere accresciuta solo in altezza e l’etichetta in versione <i>landscape</i> solamente in larghezza.	10.7
●●	8.11 L’uso di un bordo attorno all’etichetta è preferibile. Quando il bordo non viene utilizzato, gli elementi dell’etichetta non devono essere alterati.	Il linguaggio è stato chiarito e due requisiti, 10.2 e 10.2.1, sono stati combinati.
///		3.3 – Rimosso: “La mini-etichetta può essere utilizzata quando non via sia sufficiente spazio libero e non stampato per l’inserimento dell’etichetta standard nell’area in cui l’etichetta deve essere posizionata. Ad esempio, l’area destinata alla scrittura o alla stampa in carta da lettere intestata o in cartoline non è considerata come spazio libero e non stampato. L’approvazione per l’uso della mini-etichetta è a discrezione dell’ente di certificazione.”.

///		3.3.1 – Rimosso: “La mini-etichetta può sempre essere usata in questi casi: a) il formato della carta è A5 o inferiore; b) il volume dell’imballaggio è pari o inferiore a 500 ml.”.
///		10.3 – Rimosso: “Il font utilizzato per le etichette è Arial Unicode MS.”.
///		10.8 – Rimosso: “Il simbolo di registrazione del marchio da collocare in corrispondenza del logo e dell’acronimo FSC che precedono il codice di licenza sull’etichetta deve essere scelto secondo quanto riportato nell’Allegato 1.”.
///		10.9 – Rimosso: “Il codice di licenza del marchio FSC è aggiunto automaticamente quando si accede al generatore di etichette tramite <i>log-on e password</i> .”.
///		10.10 – Rimosso: “Il testo dell’etichetta può essere editato per selezionare il tipo di prodotto appropriato.”.
///		10.12 – Rimosso: “La percentuale relativa al contenuto riciclato riportata sotto all’anello di Moebius può essere indicata come segue: a) per l’etichetta FSC Misto, il valore percentuale [effettivo] può essere aggiunto per ciascun anello di Moebius; b) per l’etichetta FSC Riciclato, il valore percentuale è sempre 100%.”.
	Dimensione del logo	
●●	8.12 La dimensione minima del logo <i>checkmark-and-tree</i> [segno di spunta ed albero] che non faccia parte di una etichetta sul prodotto deve essere calcolata rispetto all’altezza del logo, e deve essere:	Il linguaggio è stato chiarito.
=	a) 10 mm, oppure	11.8

●●	b) 6 mm, quando impiegato come logo aggiuntivo per fogli di carta di dimensioni inferiori a A4, per imballaggi inferiori ad 1 litro, o per identificare i prodotti certificati FSC secondo quanto stabilito al requisito 5.4.	11.8.1 – La dimensione è stata ridotta ed il linguaggio è stato chiarito.
	Posizionamento	
●●	8.13 Attorno all’etichetta e al logo deve esserci sufficiente spazio libero da garantire che essi siano sgombri da interferenze [<i>uncluttered</i>]. Lo spazio minimo viene calcolato facendo uso dell’altezza delle lettere componenti l’acronimo FSC del logo.	10.13 – È stato aggiunto il riferimento al logo.
●●	8.14 L’etichetta e il logo non devono essere posizionati su uno sfondo che interferisca con il motivo grafico o che possa essere fuorviante rispetto a ciò a cui essi fanno riferimento.	Il linguaggio è stato chiarito e i due requisiti 10.14 e 11.9 combinati.
///		Sono stati rimossi tutti i requisiti riferiti all’uso della mini-etichetta: 10.16, 10.17, 10.18.
///		Sono stati rimossi tutti i requisiti riferiti al pannello promozionale: 11.1, 11.2, 11.3, 11.4, 11.5, 11.6.
	9 Forests for All Forever	
	Colore e dimensione	
(+)	9.1 I marchi Forests for All Forever devono essere usati solo nelle seguenti varianti di colore:	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	9.2 I colori verdi per riproduzione devono essere:	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	a) Verde scuro: Pantone 626C (R0 G92 B66);	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	b) Verde chiaro: Pantone 368C (R114 G191 B66).	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	9.3 Non deve essere usato nessun altro colore; i marchi non devono essere riprodotti se i colori richiesti non sono disponibili.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
●●	9.4 La dimensione minima per i marchi Forests for All Forever, quando	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004, ed il sistema di

	stampati, deve essere di 10 mm d'altezza.	misurazione è stato cambiato da larghezza ad altezza.
	Posizionamento dei marchi	
(+)	9.5 Deve esserci sufficiente spazio libero intorno ai marchi. Lo spazio minimo è calcolato facendo uso dell'altezza delle iniziali FSC sul logo.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	9.6 I marchi non devono essere collocati su sfondi che interferiscano con il motivo grafico o che potrebbero essere fuorvianti rispetto a ciò a cui essi si riferiscono.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
	Traduzione dei marchi e del sottotitolo	
(+)	9.7 Le organizzazioni non devono creare nuove traduzioni o modificare alcun elemento dei marchi Forests for All Forever.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	9.8 Le versioni linguistiche ufficiali dei marchi Forests for All Forever devono essere usate soltanto nei Paesi stabiliti nell'Allegato 1 con il relativo simbolo di registrazione appropriato.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
(+)	9.9 Una traduzione del sottotitolo [<i>strapline</i>] "Forests for All Forever" può essere usata in formato testo all'interno del messaggio e/o al di sotto del marchio, seppure rispettando le zone di esclusione.	Requisito aggiunto da FSC-ADV-50-004.
	10 Uso scorretto dei marchi FSC	
///		12.1 – Rimosso: "Queste regole si applicano a tutte le etichette, pannelli promozionali e al logo quando impiegati a scopi promozionali all'interno dei <i>layout</i> propri dell'organizzazione."
=	10.1 Ciò che segue non è consentito:	12.2
●●	a) Modificare le proporzioni di qualsiasi motivo grafico;	12.2 a) – Il linguaggio è stato modificato per includere tutte le opzioni.
●●	b) Modificare o aggiungere elementi ai contenuti, oltre a quelli specificati;	12.2 b) – Il linguaggio è stato chiarito.

●●	c) Far sì che FSC appaia come parte integrante di altre informazioni quali ad esempio dichiarazioni ambientali non rilevanti per la certificazione FSC;	12.2 c) – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	d) Creare nuove varianti di colore ;	12.2 e) – Il linguaggio è stato chiarito.
=	e) Modificare la forma del bordo o dello sfondo;	12.2 f)
●●	f) Inclinare o ruotare i motivi grafici in relazione ad altri contenuti ;	12.2 g) – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	g) Violare la zona di esclusione (spazio libero) attorno agli elementi grafici ;	12.2 h) – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	h) Combinare qualsiasi marchio o elemento grafico FSC con qualsiasi altro marchio in un modo che ne suggerisce l'associazione;	12.2 i) – Il linguaggio è stato chiarito.
●●	i) Posizionare il logo o l'etichetta su uno sfondo che interferisce con l'elemento grafico .	12.2 j) – Il linguaggio è stato chiarito.
///		12.2 d) – Rimosso: “Posizionare il logo o l'etichetta all'interno di un altro bordo o sfondo sagomato” .
+++	Allegato 3	L'Allegato 3 è stato aggiunto per definire le procedure per l'auto-approvazione dell'uso del marchio.

ALLEGATO 3: PROCEDURE PER OTTENERE LA CONDIZIONE DI AUTO-APPROVATORE

1. Ammissibilità per la condizione di auto-approvazione

- 1.1. L'organizzazione deve avanzare almeno tre richieste d'approvazione consecutive corrette per campo di applicazione corrispondente al loro certificato all'ente di certificazione. I campi di applicazione dell'auto-approvazione sono:
 - (a) Etichetta sul prodotto 100%;
 - (b) Etichetta sul prodotto Mix;
 - (c) Etichetta sul prodotto Riciclato;
 - (d) Uso promozionale.
- 1.2. L'organizzazione non ha richieste di azioni correttive significative connesse a FSC-STD-50-001.
- 1.3. L'organizzazione deve nominare una persona responsabile del controllo dell'uso del marchio FSC all'interno dell'organizzazione. La responsabilità non è trasferibile ad un'altra persona nell'organizzazione, sebbene numerose persone nell'organizzazione possano ricevere formazione e lavorare con le approvazioni.
 - 1.3.1. Per gruppi e multi-sito, la persona responsabile sarà una persona assegnata dell'ufficio centrale ed è a discrezione delle persone assegnate se personale aggiuntivo dalle organizzazioni-membro di gruppo può fare domanda per la condizione di auto-approvazione, o meno.
- 1.4. Alla persona nominata deve essere richiesto di completare con successo il programma di formazione di FSC Global Development sull'uso del marchio FSC, sulla base dei requisiti più recenti. Deve essere completato un nuovo corso di formazione quando vengono modificati i requisiti.
- 1.5. La persona nominata deve dimostrare chiara comprensione e competenza rispetto ai requisiti relativi al marchio FSC.

2. Conferma e mantenimento della condizione di auto-approvazione

- 2.1. Quando le condizioni predette siano state raggiunte, e a discrezione dell'ente di certificazione, la condizione di auto-approvatore può essere rilasciata all'organizzazione inviando una conferma per iscritto che indichi (a) la persona nominata e (b) il campo di applicazione dell'auto-approvazione.
- 2.2. Devono essere mantenute e rese disponibili all'ente di certificazione per la verifica annuale tutte le istanze d'uso del marchio FSC con la corrispondente registrazione di ammissibilità, laddove rilevante.

3. Sospensione e termine della condizione di auto-approvazione

- 3.1. Una modifica della persona nominata incaricata dell'uso del marchio FSC nell'organizzazione deve condurre alla sospensione della condizione di auto-approvazione finché una nuova persona non sia stata appuntata e formata in materia. La condizione di auto-approvazione può essere rinnovata senza avanzare ulteriori richieste. Se la sospensione non è stata revocata entro tre mesi, la condizione di auto-approvazione deve essere terminata.
- 3.2. Qualsiasi richiesta di azione correttiva maggiore connessa a FSC-STD-50-001 sollevata in una verifica o durante il periodo di verifica deve condurre al termine della condizione di auto-approvazione con effetto immediato. Essa può essere rinnovata dopo aver dimostrato miglioramenti nel sistema di controllo e avanzando nuove richieste di approvazione così come specificato al requisito 1.1.
- 3.3. L'ente di certificazione e FSC si riservano il diritto di revocare la condizione di auto-approvazione a propria discrezione se l'organizzazione è incapace di conformarsi con qualsiasi parte di questi requisiti.