

# FSC-brief:

De toekomst van het merk "Forest For All Forever"  
en promotionele ontwerpen

- Versterking van ons streven naar geloofwaardige claims



## 1. DE BESLISSING

Om het vertrouwen in de wereldwijde geloofwaardigheid van de FSC-keurmerken te versterken en FSC-licentiehouders te ondersteunen bij het navigeren door nieuwe wereldwijde wetgeving tegen greenwashing, **schrappt FSC het merk 'Forests For All Forever' (FFAF) voor alle licentiehouders.** Bovendien krijgen promotionele licentiehouders (PLH's) geen toegang meer **tot de FSC-promotiepanelen** en kunnen ze **deze** niet meer gebruiken.

## 2. CONTEXT EN DRIJVENDE KRACHTEN

Wereldwijd neemt de wetgeving tegen greenwashing toe, evenals het toezicht op de communicatie van bedrijven over duurzaamheid. De EU-richtlijn Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo) is een belangrijke drijfveer om de consumentenbescherming te versterken en oneerlijke handelspraktijken, zoals misleidende milieueclaims, duurzaamheidslabels en promotiemateriaal, aan banden te leggen. Deze richtlijn treedt in september 2026 in werking.

Dit is niet alleen een Europese ontwikkeling. Overheden over de hele wereld werken hun bestaande wetgeving inzake consumentenbescherming bij [1] om greenwashingpraktijken te onderzoeken en te bestraffen.

In deze context heeft FSC opdracht gegeven tot een uitgebreide analyse en juridische beoordeling van onze systemen, met een gerichte focus op de FSC-handelsmerkportfolio, FSC-labels en FSC-promotieontwerpen. Uit de externe en onafhankelijke beoordeling bleek dat er een groot risico op niet-naleving bestaat voor licentiehouders die het merk "*Forest for All Forever*" gebruiken, aangezien dit merk de algemene milieueclaim "forest for all forever" bevat, die wordt beoordeeld als ambitieus, ongekwalificeerd en te breed om te voldoen aan de vereiste normen voor specificatie en onderbouwing.

Het ontwerp van het promotiepaneel wordt nu beschouwd als een duurzaamheidslabel onder EmpCo en moet daarom worden gecontroleerd door een bevoegde en onafhankelijke derde partij. Aangezien meer dan 70% van de PLH's actief is op de EU-markt en hierdoor rechtstreeks wordt beïnvloed, zullen we het ontwerp van het promotiepaneel voor PLH's buiten gebruik stellen om de impact op het Promotional Licence Holder-programma tot een minimum te beperken. PLH's kunnen de naam, initialen en het logo van FSC met een gerust hart blijven gebruiken, volgens de richtlijnen in dit document.

[1] Australië, zie Groene marketing en de Australische consumentenwetgeving.  
Canada, zie Mededingingswet, met name Bill 96  
China, zie Reclamewet en Milieubeschermingswet Colombia, zie Decreto 1369/2014  
Singapore, zie Consumentenbescherming (Fair Trading Act) 2003 en de Singapore Code of Advertising Practice Verenigd Koninkrijk, zie Green Claims Code  
Verenigde Staten, zie FTC Green Guide

### 3. IMPACT EN VOLGENDE STAPPEN

Door het FFAF-merk uit de roulatie te halen, versterkt FSC het vertrouwen in het voortgezette gebruik van zijn handelsmerken en label. Licentiehouders die actief zijn op de EU-markt kunnen hun producten blijven verkopen en promoten met behulp van de FSC-merken zonder vooraf vastgelegde afspraken.

Hoewel deze overgang extra inspanningen kan vergen, doen we er alles aan om deze zo soepel mogelijk te laten verlopen met behulp van beschikbare hulpmiddelen en middelen. Zo wordt er bijvoorbeeld al gewerkt aan de FSC Brand Hub om deze veranderingen mogelijk te maken.

Het gebruik van het handelsmerk voor PLH's wordt geregeld door **de FSC Trademark Use Guide for Promotional Licence Holders** (FSC-richtlijnen voor het gebruik van handelsmerken voor houders van promotielicenties), die momenteel wordt herzien. De bijgewerkte richtlijnen zullen alle wijzigingen bevatten die in dit document worden benadrukt en zullen in het tweede kwartaal van 2026 worden gepubliceerd. Hoewel er geen overgangstermijn geldt voor de richtlijnen, hebben PLH's tot september 2026 de tijd om hun gebruik van het FSC-handelsmerk in overeenstemming te brengen met de bijgewerkte vereisten.

### 4. TECHNISCHE RICHTLIJNEN

PLH's kunnen hun gebruik van het FSC-handelsmerk vóór de ingangsdatum van de FSC Trademark Use Guide in overeenstemming brengen met de Empowering Consumers Directive door gerichte wijzigingen aan te brengen in hun promotionele gebruik van de FSC-handelsmerken.

#### PROMOTIONEEL GEBRUIK VAN FSC-MERKEN

Verwijder alle FFAF markeringen van promotiemateriaal vóór september 2026 en vervang het door een FSC-handelsmerk, zoals het FSC-logo.



Verwijder alle promotiepanelen uit uw promotiemateriaal tegen september 2026 en vervang ze door het zelfstandige FSC-logo.

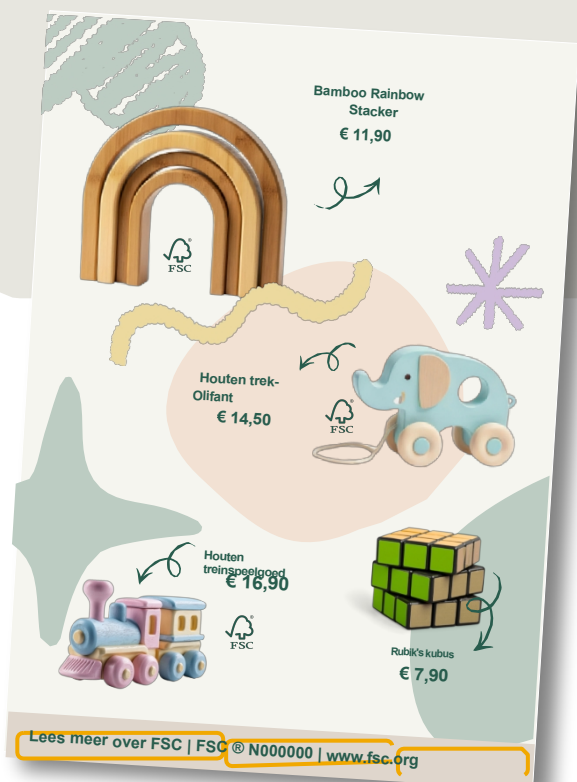


The mark of responsible forestry

Houd er rekening mee dat elk gebruik van handelsmerken ter goedkeuring moet worden

voorgelegd aan uw handelsmerkdienstverlener. Dit geldt ook voor updates van illustraties om deze in overeenstemming te brengen met deze richtlijnen.

## HET CORRECT GEBRUIK VAN HET FSC-LOGO, DE FSC-INITIALEN EN DE VOLLEDIGE NAAM



1. Promotioneel tekst
2. Licentiecode
3. Website-tekst

Bij elk gebruik van FSC-handelsmerken moet het volgende worden vermeld:

- de FSC licentie code (bijv. FSC N000000) en
- één keer per materiaal een promotionele vermelding.

Alle promotionele vermeldingen moeten het FSC-websiteadres [www.fsc.org](http://www.fsc.org) bevatten.

Gebruik **GEEN** rand of gesloten vorm rond de verplichte elementen.

Gebruik de promotionele elementen **NIET** in een ontwerp dat lijkt op het FSC-label of het ontwerp van het promotiepaneel.

## Checklist voor productvermeldingen in e-commerce\*

\*Voor e-commerce en webshops wordt elke productvermelding als een afzonderlijke promotie behandeld. Daarom moet deze alle verplichte elementen uit de checklist bevatten.

☰ 🔍
Woonkamer
Slaapkamer
Buiten
🛒

**ROND HOUTEN SALONTAFEL**

Deze elegante en minimalistische ronde salontafel is gemaakt van FSC®-gecertificeerd walnoten hout met een natuurlijke afwerking die de unieke textuur van de nerf benadrukt. De solide constructie en taps toelopende poten brengen warmte en evenwicht in elke ruimte — ideaal voor woonkamers, lounges of gezellige cafés.

FSC® N000000 → 2. Licentiecode

Lees meer op [fsc.org](http://www.fsc.org) → 3. Website

**€ 329**

Afmetingen product: Ø 90 x 45 cm  
Aanbevolen maximaal gewicht: 50 pond  
Kleur: Walnoot  
Onderhoudsinstructies: Afnemen met een droge doek

FSC

**TOEVOEGEN AAN WINKELWAGEN** ❤️

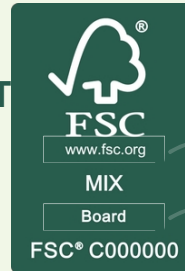
1. Promotionele tekst

## TECHNISCHE RICHTLIJNEN VOOR UW FSC-GECERTIFICEERDE LEVERANCIERS

Uw leveranciers met een geldige FSC-certificering kunnen hun gebruik van het handelsmerk in overeenstemming brengen met de EmpCo-vereisten door gerichte wijzigingen aan te brengen in hun FSC-label op het product. Voor deze aanpassing is geen overgang naar FSC-STD-50-001 V3 nodig, aangezien alle voorgestelde wijzigingen compatibel zijn met FSC-STD-50-001 V2-1\*.

\*Houd er rekening mee dat al het gebruik van handelsmerken moet voldoen aan de vereisten van FSC-STD-50-001 V2-1. De voorgestelde wijzigingen die in de technische richtlijnen worden benadrukt, zijn gericht op aspecten die momenteel niet verplicht zijn onder FSC-STD-50-001 V2-1 (of alleen verplicht zijn in bepaalde situaties), maar die belangrijk zijn voor de afstemming van EmpCo op het gebruik van het FSC-handelsmerk.

### 1. GEBRUIK HET LABEL OP HET PRODUCT MET BIJGEWERKTE VERPLICHTE ELEMENTEN IN ALLE SITUATIES



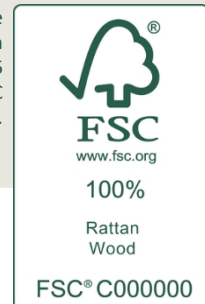
Verplicht

Verplicht



**Meerdere FSC-gecertificeerde materialen:** Als een product meer dan één FSC-gecertificeerd materiaal bevat, **vermeld dan alle gecertificeerde materialen in aanvullende tekst naast het FSC-label.**

Labels met meerdere producttypes zullen tegen juli 2026 beschikbaar zijn in FSC Brand Hub.



**Verduidelijkende verklaringen:** Wanneer het producttype op zichzelf niet voldoende duidelijkheid biedt, **voeg dan een verklaring toe om te specificeren waar het FSC-label naar verwijst.**

Bijvoorbeeld: *Het FSC-label verwijst naar de vellen kopieerpapier.*

Het labelproducttype 'Papier' kan verwijzen naar zowel kopieerpapier als papieren verpakkingen, het is onduidelijk.

