

# RÈGLES DE LA RSPO SUR LA COMMUNICATION ET RÉCLAMATIONS MARKETING 2022

*Approuvé par le Conseil de Gouverneurs le 3 octobre 2022*



**Le document entrera en vigueur immédiatement avec une période de transition allant jusqu'à 12 mois à compter du 3 octobre 2022**

Titre du document	:	Règles de la RSPO sur les communications de marché et les revendications
Code du document	:	RSPO-GUI-G01-001 V4 FRE
Périmètre	:	International
Approbation	:	Approuvé par le Conseil des Gouverneurs le 3 octobre 2022
Contact	:	trademark@rspo.org

The English version of this document shall always prevail in case of any discrepancy or inconsistency between the English version and other translated versions.



## Contents

1. INTRODUCTION .....	4	6. ANNEXE .....	19
2. DÉFINITION .....	6	6.1 MARQUE RSPO APPROUVÉE ET MAÎTRES DES	
3. CADRE .....	8	ÉTIQUETTES RSPO .....	19
4. COMMUNICATIONS GÉNÉRALES D'ENTREPRISE .....	9	6.2 ZONE DE DEFRICHEMENT .....	20
5. COMMUNICATIONS SPECIFIQUES AUX PRODUITS .....	11	6.3 TAILLE MINIMALE .....	20
5.1 GENERAL .....	11	6.4 COULEURS .....	21
5.2 RÉCLAMATIONS HORS EMBALLAGE .....	12	6.5 VARIATION DES COULEURS DE FOND .....	
5.3 RÉCLAMATIONS SUR EMBALLAGE .....	13	6.6 MODELES DE CHAINES D'APPROVISIONNEMENT .....	22
5.4 MODULE .....	13	6.7 PACKS DE LABELS RSPO .....	23
MODULE A – IDENTITÉ PRÉSERVÉE ET SÉPARÉE RÈGLES SPÉCIFIQUES .....	14	6.8 OPTIONS DE LANGUES .....	24
MODULE B – RÈGLES SPÉCIFIQUES AU BILAN DE MASSE .....	15	6.9 À FAIRE ET À NE PAS FAIRE EN UTILISANT LA MARQUE	
MODULE C – RÈGLES SPÉCIFIQUES DES REVENDICATIONS PARTIELLES		COMMERCIALE RSPO ET ÉTIQUETTE RSPO .....	25
DE PRODUIT .....	16	6.10 UTILISATION CORRECTE DU LABEL RSPO .....	26
MODULE D – RÈGLES SPÉCIFIQUES AU BOOK AND CLAIM .....	17	6.11 UTILISATION INCORRECTE DE LA MARQUE RSPO .....	27
MODULE E – RÈGLES SPÉCIFIQUES AUX MODÈLES DE CHAÎNE D'AP			
PROVISIONNEMENT COMBINÉS .....	18		

## 1. INTRODUCTION

**La Table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) est une initiative mondiale multipartite sur les produits certifiés à base d'huile de palme durable. Les membres de la RSPO et les participants à ses activités viennent de nombreux horizons différents, y compris des producteurs de palmiers à huile, des fabricants, des institutions financières, des détaillants de produits à base d'huile de palme, des ONG environnementales et sociales, et viennent de nombreux pays qui produisent ou utilisent des produits à base d'huile de palme. L'objectif principal de la RSPO est de "promouvoir la croissance et l'utilisation de l'huile de palme par la coopération au sein de la chaîne d'approvisionnement et un dialogue ouvert entre ses parties prenantes".**

- 1.1 La Table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) est une initiative mondiale multipartite sur les produits certifiés à base d'huile de palme durable. Les membres de la RSPO et les participants à ses activités viennent de nombreux horizons différents, y compris des producteurs de palmiers à huile, des fabricants, des institutions financières, des détaillants de produits à base d'huile de palme, des ONG environnementales et sociales, et viennent de nombreux pays qui produisent ou utilisent des produits à base d'huile de palme. L'objectif principal de la RSPO est de "promouvoir la croissance et l'utilisation de l'huile de palme durable par la coopération au sein de la chaîne d'approvisionnement et un dialogue ouvert entre ses parties prenantes".
- 1.2 La RSPO des offres quatre approvisionnement chaîne des modèles pour organisations à communiquer leur engagement vers et où en vigueur, leur utilisation de palmier pétrole des produits agréés durable par exécution l'identité Conservé (IP) ou alors Séparé (SG) approvisionnement chaîne des modèles. Ils peuvent aussi communiquer que leur produit contribue à la production de palmier pétrole durable en utilisant l'Équilibre de la masse (Mo) approvisionnement chaîne maquette ou ce alors en utilisant elles ou ils Supportent la production de palmier pétrole durable en le modèle Book and Claim.
- 1.3 Dans les trois premiers modèles (IP, SG et MB), la chaîne de contrôle est certifiée pour la norme RSPO de certification de la chaîne d'approvisionnement (SCCS). Pour les matériaux certifiés IP et SG, il existe un contrôle physique des produits à base d'huile de palme dans la chaîne d'approvisionnement depuis l'usine tout au long de la chaîne d'approvisionnement. MB est un autre modèle de chaîne d'approvisionnement qui permet de transférer des allégations certifiées d'un produit à base d'huile de palme à un autre, soit par mélange physique, soit administrativement au fabricant du produit final.
- 1.4 Le modèle Book and Claim est le programme d'échange de crédits RSPO qui commence par la production de produits d'huile de palme certifiés durables à partir d'usines et de leurs bases d'approvisionnement, de broyeurs et/ou de producteurs indépendants certifiés selon les principes et critères de la RSPO, RSPO Independent Smallholder Standard ou Supply Norme de certification de la chaîne. Cependant, les produits d'huile de palme certifiés durables peuvent ne pas entrer physiquement dans la chaîne d'approvisionnement de l'organisation qui achète les crédits RSPO. Les règles de vente et d'achat de crédits RSPO sont incluses dans le SCCS.

- 1.5 Il est essentiel que les organisations ne fassent des déclarations concernant leur utilisation, leur soutien ou leur promotion de produits d'huile de palme durable qui peuvent être soutenues par le modèle qu'elles utilisent. Les organisations qui achètent des crédits RSPO ne doivent rien indiquer qui puisse laisser croire aux consommateurs que le produit final contient des produits à base d'huile de palme certifiés RSPO, avec des exceptions selon le module A.
- 1.6 Une partie de ce dialogue consiste à transmettre des informations concernant l'utilisation des produits d'huile de palme durables certifiés RSPO d'une manière précise et claire qui peut être facilement comprise par la partie prenante recevant ces informations. Les règles énoncées dans ce document complètent le RSPO SCCS et sont divisées en deux domaines de communication principaux :
- **Communications d'entreprise générales:** pour les membres de la RSPO qui souhaitent confirmer leur statut de membre et leur soutien aux objectifs et aux principes de la RSPO.
  - **Communications spécifiques au produit :** pour les membres de la RSPO dans la chaîne d'approvisionnement qui souhaitent communiquer à d'autres organisations de la chaîne d'approvisionnement et/ou aux consommateurs finaux sur la présence d'huile de palme certifiée RSPO dans leurs produits ou sur le fait que leurs produits soutiennent la production d'Huile de palme durable certifiée RSPO.
- 1.7 Pour faciliter ce processus, la RSPO a développé la marque commerciale RSPO et les étiquettes RSPO qui peuvent être utilisées lorsqu'un membre de la RSPO se conforme aux règles énoncées dans le présent document. Les règles décrivent les exigences pour les membres de la RSPO en ce qui concerne les deux scénarios de communication décrits au point 1.6 et fournir les exigences spécifiques pour chaque modèle de chaîne d'approvisionnement, comme décrit dans le RSPO SCCS.
- 1.8 La transparence est une exigence essentielle des membres de la RSPO. La RSPO s'attend à ce que toutes les allégations de durabilité concernant les produits à base d'huile de palme durable, que la RSPO elle-même soit ou non référencée dans l'allégation, soient exactes et vérifiables. Les membres de la RSPO qui font des déclarations fausses ou trompeuses feront face à des sanctions de la part de la RSPO. Il est donc recommandé que tous les membres satisfassent aux exigences énoncées dans le présent document pour s'assurer que toute allégation faite respecte les objectifs et les principes de la RSPO.



## 2. DÉFINITIONS

### **BOOK AND CLAIM (RSPO CRÉDITS)**

Modèle qui soutient la production de produits d'huile de palme durables certifiés RSPO par la vente de crédits RSPO. Un crédit RSPO représente une tonne métrique de produit d'huile de palme durable certifié RSPO.

### **CLAIM**

Toute communication [par exemple, sur l'emballage, le site Web, les documents de vente, le document de spécification du produit et le rapport de communication annuelle sur les progrès (ACOP)] dans n'importe quel format concernant la présence et/ou le soutien de l'huile de palme durable certifiée à tout groupe de parties prenantes.

### **MEMBRE**

Une organisation qui est un membre "ordinaire", "affilié" ou "associé de la chaîne d'approvisionnement" de la RSPO.

### **RECLAMATION NEGATIVE**

Allégation qui entre en conflit avec les objectifs déclarés de la RSPO et/ou implique que l'élimination de l'huile de palme d'un produit est une alternative de durabilité sociale ou environnementale préférable à l'utilisation d'huile de palme certifiée durable. Cela inclut toutes les communications qui créeraient une perception négative de la RSPO ou de ses objectifs connexes.

### **UTILISATION NON COMMERCIALE DE LA MARQUE DÉPOSÉE RSPO**

Les non-membres qui ne vendent pas de produits à base d'huile de palme et qui ont été autorisés par la RSPO à utiliser la marque RSPO à des fins non commerciales.

### **RÉCLAMATIONS SANS RELATION AU PRODUIT**

Réclamations concernant le statut de membre d'un membre individuel et/ou son soutien aux objectifs et aux principes de la RSPO.

### **RÉCLAMATIONS HORS EMBALLAGE**

Réclamations concernant le statut de membre d'un membre individuel et/ou son soutien aux objectifs et aux principes de la RSPO.

### **RÉCLAMATIONS SUR EMBALLAGE**

Une allégation qui apparaît sur l'emballage.

### **PRODUITS D'HUILE DE PALME**

Produits issus du palmier à huile, y compris ses fruits et ses amandes. Selon le contexte, l'expression « produits à base d'huile de palme » dans ce document peut également faire référence à des produits tels que des coques, des palmistes, de l'huile de palmiste, de l'huile de palme, de l'huile de palmiste (PKO) ou des produits dérivés de ceux-ci, Palm Kernel Fatty Acid Distillate (PKFAD), oléine, stéarine ou produits dérivés du fractionnement de l'huile de palme et de l'huile de palmiste. Les produits à base d'huile de palme peuvent également faire référence à des produits contenant l'un des éléments ci-dessus.

### **COMMUNICATIONS LIÉES AU PRODUIT**

Pour les communications liées aux produits, un membre certifié RSPO est autorisé à inclure des déclarations relatives au contenu/à l'utilisation des produits certifiés RSPO par son organisation dans ses outils de communication d'entreprise tels que les rapports annuels, les sites Web, les rapports publics de tiers et les présentations publiques.

### **COMMUNICATIONS SPÉCIFIQUES AU PRODUIT**

Une déclaration publique indiquant qu'un produit individuel contient des produits d'huile de palme certifiés durables. Ces communications spécifiques au produit peuvent être effectuées sur l'emballage et/ou hors emballage, telles que les documents d'expédition, les publicités, les dépliants, les brochures, les affiches, les présentoirs, les bulletins d'information, les sites Web, les e-mails, les lettres, les offres, les factures, les rapports (annuels) ou les entretiens avec les médias.

### **PRODUITS À L'HUILE DE PALME CERTIFIÉS RSPO**

Tous les produits contenant des produits à base d'huile de palme correctement achetés via les modèles de chaîne d'approvisionnement RSPO "Identity Preserved" (IP), "Segregated" (SG) ou "Mas Balance" (MB).

### **LOGO CORPORATE RSPO**

Logo utilisé par le Secrétariat de la RSPO qui n'est pas autorisé à être utilisé par les membres de la RSPO.

### **PLATEFORME INFORMATIQUE RSPO**

Plateforme de commerce en ligne où la licence de l'entreprise/du site certifié et la licence du distributeur/commerçant sont soumises et approuvées par le secrétariat de la RSPO. Le système est utilisé pour tracer l'huile de palme certifiée RSPO, l'huile de palmiste, les fractions et le distillat d'acides gras de palme (PFAD), les acides gras de palmiste (PKFAD) et l'expulseur de palmiste, tout au long de la chaîne d'approvisionnement, des moulins aux raffineries incluses, sous le modèle de chaîne d'approvisionnement de bilan massique, de ségrégation et/ou d'identité préservée.

Cette plate-forme informatique permet également l'échange de crédits RSPO selon le modèle Book and Claim.

### **ÉTIQUETTE RSPO**

La marque déposée RSPO telle que définie ici qui est utilisée pour les communications spécifiques au produit avec une étiquette. Les balises "CERTIFIED" sont obligatoires pour IP/SG, "MIXED" pour MB, et "50% MIXED" pour les revendications de produit partielles et "CREDITS" pour les revendications de crédit RSPO.

### **MARQUE DÉPOSÉE RSPO**

La marque déposée RSPO se compose d'une paume arrondie avec les lettres "RSPO" et la marque (™).

### 3. CADRE

#### **Ce document définit les exigences obligatoires pour tous les membres de la RSPO lors de toute communication concernant l'adhésion à la RSPO et l'utilisation de produits à base d'huile de palme certifiés RSPO.**

- 3.1 Ce document définit les exigences obligatoires pour tous les membres de la RSPO lors de toute communication concernant l'adhésion à la RSPO et l'utilisation de produits à base d'huile de palme certifiés RSPO.
- 3.2 La licence de marque déposée RSPO doit être appliquée au niveau de l'entité mère, l'entité mère représentant toutes les entités de son groupe. **Remarque:** Ceci s'applique à tous les nouveaux demandeurs de licence de marque après approbation de ce document.
- 3.3 Pour les membres certifiés de la chaîne d'approvisionnement RSPO ou RSPO P&C, ce document fera partie des exigences d'audit. Par conséquent, le non-respect de l'une des exigences de ces règles telles qu'elles sont décrites dans le présent document sera considéré comme une non-conformité. Pour les membres non certifiés et les non-membres de la RSPO, les violations des règles contenues dans les présentes seront traitées par le Secrétariat de la RSPO en conséquence.
- 3.4 Les règles contenues dans ce document sont conçues pour protéger la réputation de la RSPO et la crédibilité de la marque RSPO, des étiquettes RSPO et des revendications RSPO, et pour promouvoir la production et l'utilisation de produits à base d'huile de palme certifiés RSPO.

Les membres de la RSPO souhaitant utiliser la marque RSPO doivent détenir une licence de marque de la RSPO. Celle-ci sera accordée lors de l'acceptation en tant que membre. Les membres existants peuvent postuler séparément. Un numéro de licence de marque unique sera émis pour être utilisé conjointement avec la marque RSPO ou le(s) label(s) RSPO. Une liste des titulaires de licence de marque approuvés est disponible sur le site Web de la RSPO ([www.rspo.org](http://www.rspo.org)).

Les détaillants membres/propriétaires de marques RSPO qui ne sont pas certifiés mais qui souhaitent utiliser le label RSPO doivent détenir une licence de marque (conformément à 5.1.6) ou utiliser le numéro de licence de marque du fabricant du produit final pour les communications spécifiques au produit.

Les membres ne doivent pas faire d'allégations négatives qui impliquent que l'élimination de l'huile de palme d'un produit est un résultat de durabilité sociale ou environnementale préférable à l'utilisation d'huile de palme durable certifiée RSPO. De plus, les membres doivent chercher à promouvoir, et non à dénigrer les objectifs de la RSPO, à savoir la production et l'utilisation d'huile de palme durable certifiée RSPO.

- 3.5 Les réclamations seront considérées comme « autorisées » si elles respectent toutes les règles pertinentes décrites dans le présent document. Toute réclamation RSPO qui ne suit pas les directives de ce document sera considérée comme « non autorisée ». La RSPO se réserve le droit de publier tout cas de communication non autorisée, de demander à l'organisation fautive de se conformer à ces règles, de faire amende honorable et/ou d'intenter une action en justice contre tout membre qui se livrerait à des réclamations « non autorisées ». La RSPO se réserve le droit d'introduire ou de modifier une base formelle d'approbation des réclamations selon les besoins.





## 4. COMMUNICATIONS GENERALES D'ENTREPRISE

- 4.1. Une communication d'entreprise est une communication faite par tout membre de la RSPO qui met en évidence son adhésion à la RSPO et/ou son engagement envers les objectifs et les principes de la RSPO. La communication d'entreprise est une allégation "non liée au produit".
- 4.2. Dans les communications d'entreprise, un membre est autorisé à :
- A. afficher son statut de membre RSPO
  - B. afficher l'adresse Web RSPO ([www.rspo.org](http://www.rspo.org))
  - C. déclarer que le membre soutient le travail de la RSPO
  - D. indiquer les antécédents du membre en ce qui concerne la RSPO
  - E. utiliser la marque RSPO (comme indiqué ci-dessous) avec un numéro de licence de marque valide pour promouvoir son adhésion à la RSPO



Couleur

numéro de licence de la marque



Noir

numéro de licence de la marque



Blanc

numéro de licence de la marque

- 4.3. Les membres ne **sont pas autorisés** à utiliser le logo d'entreprise RSPO comme indiqué ci-dessous. Ceci est à l'usage exclusif du Secrétariat de la RSPO.



- 4.4. Dans les communications d'entreprise, les membres de la RSPO ne doivent faire aucune déclaration pouvant amener les consommateurs à croire que l'adhésion à la RSPO implique en soi la vente de produits à base d'huile de palme certifiée RSPO.

4.5 De plus, les membres certifiés RSPO sont autorisés à faire des déclarations qui mettent en évidence leur statut de certification RSPO et les allégations relatives aux produits dans leurs outils de communication d'entreprise. Voici quelques exemples autorisés:

- "Nous nous approvisionnons en huile de palme certifiée RSPO depuis (ANNÉE)."
- "Nous avons utilisé (X) tonnes d'huile de palme certifiée RSPO pour nos produits fabriqués l'année dernière."
- "Nous sommes certifiés RSPO depuis (ANNÉE)."
- "Nous avons (X NOMBRE DE PRODUITS) fabriqués à partir d'huile de palme MB/SG certifiée RSPO."
- "En (ANNÉE), notre société a acheté (X %) des volumes de dérivés d'huile de palme qui ont été utilisés dans nos produits fabriqués avec la certification MB."
- "Notre société a couvert (X %) des volumes de dérivés d'huile de palme utilisés dans tous nos produits fabriqués en (ANNÉE) avec des crédits aux petits exploitants."
- "Nous sommes certifiés RSPO. Demandez-nous nos produits certifiés RSPO."

4.6 Les membres non certifiés RSPO sont autorisés à faire des déclarations liées aux produits dans leurs outils de communication d'entreprise en procédant comme suit:

- A. Utiliser la marque RSPO avec un numéro de licence de marque valide pour promouvoir son adhésion à la RSPO. Il suffit que les membres non certifiés l'indiquent une seule fois dans leur communication.
- B. Les déclarations de réclamation sont limitées aux exemples suivants:
  - i. *"Le taux d'approvisionnement en huile de palme certifiée RSPO était de (X%). Notre objectif est d'atteindre (X %) des achats durables d'ici l'année fiscale (ANNÉE)."*
  - ii. *X % de l'huile de palme provenant de notre organisation est certifiée par le biais des chaînes d'approvisionnement de la Table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) comme (a) Identité préservée, (b) Séparée, (c) Bilan massique ou (d) Réserve et réclamation.*
- C. Dans les cas où une organisation/membre souhaite indiquer son engagement à s'approvisionner en volumes certifiés RSPO, la déclaration doit être accompagnée d'une clause de non-responsabilité : "Ce chiffre rapporté n'est pas audité par la certification RSPO".

## 5. COMMUNICATION SPÉCIFIQUE AU PRODUIT

### 5.1 Général

- 5.1.1 Les communications spécifiques à un produit font référence à toute déclaration publique concernant un produit individuel contenant de l'huile de palme durable certifiée RSPO. Ces communications spécifiques au produit peuvent être effectuées sur l'emballage et/ou hors emballage, telles que les documents d'expédition, les publicités, les dépliants, les brochures, les affiches, les présentoirs, les bulletins d'information, les sites Web, les e-mails, les lettres, les offres, les factures, les rapports (annuels) ou les entretiens avec les médias.
- 5.1.2 Les communications spécifiques aux produits sont volontaires.
- 5.1.3 Partout où l'étiquette RSPO est affichée pour des communications spécifiques à un produit, le numéro de licence de marque applicable doit être indiqué immédiatement sous ou à côté de l'étiquette RSPO ou de la déclaration elle-même.
- 5.1.4 L'utilisation de toute autre marque ou étiquette pour mettre en évidence la présence de produits d'huile de palme durable certifiés RSPO est une communication spécifique au produit non autorisée.
- 5.1.5 Si une organisation, qui ne modifie pas davantage les produits finis ou n'a pas besoin de se soumettre à une certification de la chaîne d'approvisionnement telle en tant que détaillants, négociants ou distributeurs, conclut un accord par lequel le fournisseur certifié RSPO étiquette les produits avec le numéro de licence de la marque RSPO des détaillants/négociants/distributeurs, les conditions suivantes doivent être remplies, comme indiqué dans la figure 1.



Les membres de la RSPO doivent être enregistrés sur la RSPO Plateforme informatique et compléter les informations dans le champ "description des produits".

A



Les deux parties informent par écrit leur organisme de certification de l'accord.

B



Le fournisseur certifié RSPO est responsable de s'assurer que le numéro de licence de marque RSPO de l'acheteur est utilisé uniquement sur les produits qui sont fournis à cet acheteur.

C

Figure 1 : Conditions de communication spécifiques au produit RSPO (5.1.5)

Les organisations qui ne modifient pas davantage les produits fins ou qui n'ont pas besoin de se soumettre à la certification de la chaîne d'approvisionnement, comme les détaillants, les commerçants ou les distributeurs qui ont l'intention d'utiliser le label RSPO avec leur propre numéro de licence de marque RSPO dans l'une de leurs communications spécifiques à un produit, peuvent le faire en se soumettant à un audit à distance. Un audit à distance doit être effectué par un organisme de certification (OC) accrédité par la RSPO avant l'utilisation du label RSPO, l'organisation devant démontrer que l'utilisation est conforme aux règles contenues dans le présent document et que l'allégation elle-même peut être prise en charge par une chaîne d'approvisionnement certifiée. L'audit à distance doit être effectué comme suit :

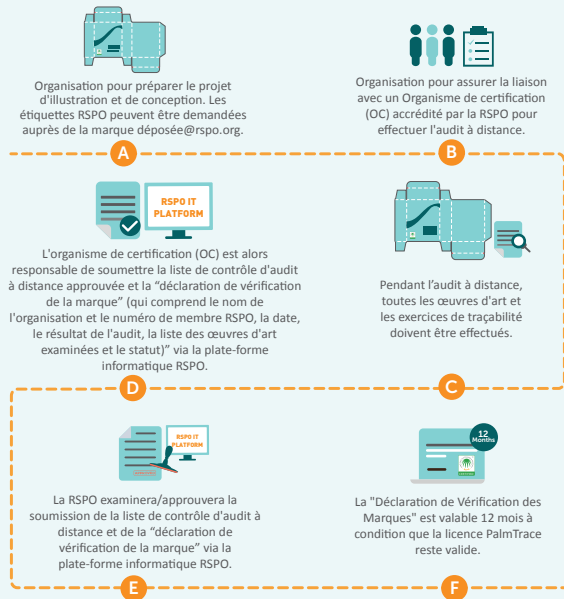
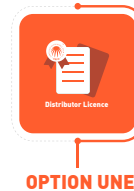


Figure 2 : Flux du processus d'audit à distance (5.1.6)

## 5.2 À l'arrêt Paquet Réclamations

- 5.2.1 Les allégations hors emballage sont des communications spécifiques au produit concernant l'huile de palme durable certifiée contenue dans le(s) produit(s) faite(s) sur n'importe quel support de communication tels que les documents d'expédition, les publicités, les dépliants, les brochures, les affiches, les présentoirs, les newsletters, les sites Web, les e-mails, les lettres, les offres, les factures, les rapports (annuels) ou les interviews avec les médias. L'étiquette RSPO doit être utilisée avec le numéro de licence de marque valide partout où une réclamation hors emballage est faite.
- 5.2.2 Lors de la confirmation de la vente de produits d'huile de palme certifiés, les membres doivent se conformer aux exigences de la RSPO SCCS. Cela comprend l'indication du modèle de chaîne d'approvisionnement et du numéro de certificat sous lequel la réclamation est faite.
- 5.2.3. Lorsqu'un distributeur ou un grossiste acquiert la propriété de produits contenant des produits d'huile de palme certifiés durables, les exigences du RSPO SCCS peuvent suivre l'une ou l'autre de ces deux options :



*Si le distributeur ou alors grossiste détient seul une licence de distributeur, il ne peut communiquer RSPO produits d'huile de palme certifiés en liant le produit à le fabricant utilisant le SCCS du fabricant numéro de certificat. Cela couvre à la fois la marque et le propre produits de la marque. Toutefois, dans le cas d'une marque propre produits, il est essentiel que les clients soient conscients que les produits ont été fabriqués pour le compte de distributeur ou grossiste, avec justificatif spécifique soit par le biais des réclamations sur le pack ou de la documentation.*



*Si le distributeur ou le grossiste est chaîne d'approvisionnement certifiée, ils doivent suivre les exigences décrites au point 5.2.2.*

## 5.3 Réclamations Sur Emballage

- 5.3.1 Seuls les membres de la RSPO qui ont une certification de la chaîne d'approvisionnement et les membres qui ont subi un audit à distance conformément à 5.1.6 sont autorisés à faire des déclarations sur l'emballage concernant l'huile de palme durable certifiée contenue dans le(s) produit(s) conformément aux modules A, B, C et E. Les membres RSPO qui ont acheté des crédits RSPO ont le droit de réclamer leur soutien pour la production d'huile de palme durable certifiée conformément au module D.
- 5.3.2 En cas d'espace limité, la RSPO offre la flexibilité d'utiliser une revendication d'arrangement sur une ligne avec un numéro de licence de marque valide pour les communications sur l'emballage comme ci-dessous sans avoir à utiliser une étiquette RSPO. Le numéro de licence doit mesurer au moins 4 pt (1,4 mm) et la police doit être Calibri. Les options suivantes doivent être envisagées:

A. Pour les produits certifiés à identité préservée (IP)/séparés (SG):

- CERTIFIÉ RSPO IP/SG\*\*
  - Contient de l'huile de palme RSPO IP/SG\*
  - Contient de l'huile de palme certifiée RSPO (IP/SG)\*
- \*Ajoutez le numéro de licence RSPO TM sous ou à côté de la réclamation.

B. Pour les produits certifiés Mass Balance (MB):

- RSPO MIXTE\*
  - Contribue à la production d'huile de palme certifiée RSPO\*
  - Contient de l'huile de palme certifiée RSPO (MB)\*
- \*Ajoutez le numéro de licence RSPO TM sous ou à côté de la réclamation.

C. Pour les produits partiellement certifiés:

- RSPO 50 % MIXTE\*
  - Contient au moins 50 % d'huile de palme certifiée RSPO\*
- \*Ajoutez le numéro de licence RSPO TM sous ou à côté de la réclamation.

D. Pour les produits couverts par Book and Claim (B&C):

- CRÉDITS RSPO\*
  - Prend en charge la production d'huile de palme certifiée RSPO\*
  - Contient de l'huile de palme couverte par l'achat de crédits RSPO\*
- \*Ajoutez le numéro de licence RSPO TM sous ou à côté de la réclamation.

5.3.3 Les réclamations sur l'emballage ne doivent pas inclure d'informations sur le statut de membre RSPO du demandeur.

5.3.4 Les membres ne doivent pas communiquer aux consommateurs des informations sur le statut de membre RSPO de leurs fournisseurs.

5.3.5 L'utilisation du label RSPO est limitée aux allégations concernant l'huile de palme durable certifiée RSPO contenue dans les produits et n'est pas autorisée pour une utilisation en relation avec tout autre ingrédient.

5.3.6 Tous les membres faisant des réclamations sur les emballages sont encouragés à soumettre les informations et les images de leurs produits finaux portant le label RSPO via le portail MyRSPO.



RSPO Label

Trademark Licence  
Number

## 5.4 Module

5.4.1 Le module A-E s'applique aux communications spécifiques au produit.

## MODULE A

### IDENTITÉ PRÉSERVÉE ET SÉPARÉE RÈGLES SPÉCIFIQUES

Lorsqu'un membre de la RSPO fait une communication spécifique à un produit indiquant qu'un produit est certifié Identity Preserved (IP) ou Segregated (SG), les conditions suivantes doivent être remplies :

#### Teneur en huile de palme certifiée

- 95%\* de la teneur en huile de palme doit être certifiée RSPO IP/SG.
- Si 100% de la teneur en huile de palme certifiée RSPO IP/SG ne peut pas être obtenue, un volume maximum de 5% provenant d'autres sources non certifiées est autorisé et la raison doit être entièrement justifiée. Le volume de la teneur en huile de palme non certifiée sera couvert par l'achat de crédits RSPO de volume équivalent.

#### Messagerie

Les messages AUTORISÉS pour la narration dans les communications spécifiques à un produit peuvent inclure l'un des éléments suivants:

- Les produits à base d'huile de palme contenus dans ce produit ont été certifiés comme provenant de sources RSPO. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)
- En choisissant ce produit, vous êtes sûr qu'il contient de l'huile de palme certifiée RSPO. Pour plus d'informations: [www.rspo.org](http://www.rspo.org)
- es produits à base d'huile de palme durable certifiés RSPO ont été séparés des autres produits à base d'huile de palme tout au long de la chaîne d'approvisionnement. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)
- Les produits d'huile de palme durables certifiés peuvent être retracés jusqu'aux usines et plantations certifiées RSPO. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)
- L'ensemble de la chaîne d'approvisionnement est contrôlée par des auditeurs indépendants accrédités RSPO. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)
- L'huile de palme durable certifiée RSPO a été produite selon des critères environnementaux et sociaux rigoureux. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)

#### Étiquetage de communication spécifique au produit

Les membres sont autorisés à utiliser le label RSPO de l'une des manières suivantes :

- Marque commerciale RSPO qui inclut l'étiquette "CERTIFIED" ; ou alors
- Marque déposée RSPO qui comprend l'étiquette "Ce produit contient de l'huile de palme durable certifiée".

\*Remarque: Le Secrétariat de la RSPO surveillera l'évolution des informations des membres de la RSPO (par exemple, les données de l'ACOP) et l'adoption des produits à base d'huile de palme sur le marché. En tant que tel, le chiffre de 95% est susceptible d'être augmenté de temps à autre si nécessaire, avec un préavis à tous les membres de la RSPO.

#### OPTIONS D'ÉTIQUETTE IP & SG RSPO



Veillez faire référence à l' [Annexe](#) de ce document pour plus d'options

## MODULE B

### RÈGLES SPÉCIFIQUES AU BILAN DE MASSE

Lorsqu'un membre RSPO fait une communication spécifique à un produit indiquant qu'un produit est certifié Mass Balance (MB), les conditions suivantes doivent être remplies:

#### Bilan massique de la teneur en huile de palme

- 95%\* de la teneur en huile de palme doit être certifiée RSPO MB
- Si 100% de la teneur en huile de palme certifiée RSPO MB ne peut pas être obtenue, un volume maximum de 5% provenant d'autres sources non certifiées est autorisé et la raison doit être entièrement justifiée. Le volume de la teneur en huile de palme non certifiée sera couvert par l'achat de crédits RSPO de volume équivalent.

#### Messagerie

Les messages AUTORISÉS dans la narration dans les communications spécifiques à un produit incluent:

- [Produits à base d'huile de palme]/[huile de palme]/[huile de palmiste] provenant d'usines et de plantations certifiées RSPO ont été mélangés avec des produits à base d'huile de palme non certifiée dans la chaîne d'approvisionnement.
- Le volume de [produits à base d'huile de palme]/[huile de palme]/[huile de palmiste] dans ce produit reflète un volume équivalent d'huile de palme ou d'huile de palmiste produite par des usines et des plantations certifiées RSPO.

#### Étiquetage de communication spécifique au produit

Les membres sont autorisés à utiliser le label RSPO de l'une des manières suivantes:

- L'étiquette RSPO DOIT contenir la balise "MIXTE". L'étiquette "MIXTE" désigne les produits à base d'huile de palme provenant du système de chaîne d'approvisionnement Mass Balance (MB), qui équilibre administrativement les entrées et les sorties de certains volumes d'huile de palme. L'étiquette "MIXTE" sur un produit ne garantit pas que le produit lui-même contient le matériau certifié ; une partie ou la totalité de celui-ci peut résider dans un produit qui ne porte pas d'allégation.
- Le label RSPO peut également inclure la mention : "[L'huile de palme contenue dans ce produit] contribue à la production d'huile de palme certifiée durable".

**\*Note:** The RSPO Secretariat will be monitoring the progress of the RSPO members' information (e.g., ACOP data) and the uptake of palm oil products in the market. As such, the 95% figure is subject to be increased from time to time when necessary, with prior notice to all RSPO members.

#### OPTIONS D'ÉTIQUETTE MB RSPO



*Veuillez faire référence à l' [Annexe](#) de ce document pour plus d'options*

## MODULE C

### RÈGLES SPÉCIFIQUES DES REVENDICATIONS PARTIELLES DE PRODUIT

Afin de sensibiliser les consommateurs à la disponibilité de produits à base d'huile de palme durable et d'accélérer leur adoption, il est permis de faire une communication spécifique au produit lorsque le pourcentage de la teneur en huile de palme est inférieur à 95 %\* certifié, mais uniquement lorsque les éléments suivants conditions sont remplies :

- Le membre faisant la demande est le fabricant du produit final, est un membre de la RSPO et est certifié par le SCCS de la RSPO, ou est un détaillant membre de la RSPO autorisé à utiliser le label RSPO.
- Au moins 50 % de la teneur en huile de palme a été fournie via une chaîne d'approvisionnement certifiée RSPO en tant que IP, SG et/ou MB.
- Le volume restant de la teneur en huile de palme non certifiée sera couvert par l'achat de crédits RSPO d'un volume équivalent.

#### Messaging

Messagerie AUTORISÉE pour la narration dans les communications spécifiques à un produit limitée à:

- Ce produit contribue à la production d'huile de palme certifiée durable.

#### Étiquetage de communication spécifique au produit

L'utilisation du label RSPO doit inclure la balise "50 % MIXED". Aucun autre pourcentage n'est autorisé dans cette réclamation.

**\*Remarque :** Le Secrétariat de la RSPO surveillera l'évolution des informations des membres de la RSPO (par exemple, les données de l'ACOP) et l'adoption des produits à base d'huile de palme sur le marché. En tant que tel, le chiffre de 95 % est susceptible d'être augmenté de temps à autre si nécessaire, avec un préavis à tous les membres de la RSPO.

#### REVENDICATIONS PARTIELLES DE PRODUIT OPTIONS D'ÉTIQUETTE RSPO



Veuillez faire référence à l' [Annexe](#) de ce document pour plus d'options



## MODULE D

### RÈGLES SPÉCIFIQUES AU BOOK AND CLAIM

Les réclamations faites dans le cadre du modèle de réservation et de réclamation doivent appliquer le label RSPO avec la balise “CREDITS”.

Les membres RSPO qui ont acheté des crédits RSPO ont le droit de réclamer leur soutien pour la production d’huile de palme durable certifiée. Ces allégations peuvent être faites n’importe où - en magasin, sur l’emballage, dans les supports marketing - à condition qu’elles respectent les règles ci-dessous:

#### Messaging

Les messages **AUTORISÉS** pour la narration dans les communications spécifiques à un produit incluent:

- Soutient la production d’huile de palme (amande) certifiée durable.
- Soutenir l’huile de palme (amande) certifiée durable.

Messagerie **NON AUTORISÉE** pour la narration dans les communications spécifiques à un produit :

Tout ce qui peut amener les consommateurs à croire que le produit contient des produits à base d’huile de palme durable.

Les détaillants de produits de marque, avec l’autorisation écrite du fabricant, peuvent réclamer leur soutien hors produit. Les détaillants de produits de leur propre marque, qui peuvent avoir acheté les crédits pour eux-mêmes ou demandé à leur fabricant de le faire en leur nom, peuvent faire des allégations sur et hors produit.

#### Étiquetage de communication spécifique au produit

- Doit utiliser le label RSPO avec la balise “CREDITS”.
- 100 % des ingrédients à base d’huile de palme doivent être couverts par des crédits RSPO ou du matériel physique certifié.

#### OPTIONS D’ÉTIQUETTE BOOK AND CLAIM RSPO



*Veillez faire référence à l' [Annexe](#) de ce document pour plus d'options*

## MODULE E

### MODÈLES DE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT COMBINÉS RÈGLES SPÉCIFIQUES

Lorsqu'un mélange d'intrants fournis via différents modèles de chaîne d'approvisionnement RSPO est présent dans un produit, les directives suivantes s'appliquent :

Une réclamation séparée (SG) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 75\% & + & 20\% & + & 5\% & = & \geq 95\%* \\ \text{IP} & & \text{SG} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation de bilan massique (MB) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 65\% & + & 30\% & + & 5\% & = & \geq 95\%* \\ \text{SG} & & \text{MB} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation de bilan massique (MB) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 50\% & + & 25\% & + & 20\% & + & 5\% & = & \geq 95\%* \\ \text{IP} & & \text{SG} & & \text{MB} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation partielle de produit peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 55\% & + & 45\% & = & \geq 50\% \\ \text{IP/SG/MB} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation partielle de produit peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 35\% & + & 20\% & + & 10\% & + & 35\% & = & \geq 50\% \\ \text{IP} & & \text{SG} & & \text{MB} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation Book and Claim peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 45\% & + & 55\% & = & < 50\% \\ \text{SG} & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Lorsqu'un modèle de chaîne d'approvisionnement représente 95%\* de la teneur en huile de palme, l'allégation pour ce modèle spécifique peut être faite :

Une réclamation d'identité préservée (IP) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 95\% & + & 5\% & = & \geq 95\% \\ \text{IP} & & \text{SG/MB/} & & \text{IP} \\ & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation séparée (SG) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 95\% & + & 5\% & = & \geq 95\% \\ \text{SG} & & \text{IP/MB/} & & \text{SG} \\ & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Une réclamation de bilan massique (MB) peut être faite

$$\begin{array}{ccccccc} 95\% & + & 5\% & = & \geq 95\% \\ \text{MB} & & \text{IP/SG/} & & \text{MB} \\ & & \text{CREDITS} & & \end{array}$$

Identité Préservée - IP  
Séparée - SG  
Bilan Massique - MB

**\*Remarque:** Le Secrétariat de la RSPO surveillera l'évolution des informations des membres de la RSPO (par exemple, les données de l'ACOP) et l'adoption des produits à base d'huile de palme sur le marché. En tant que tel, le chiffre de 95 % est susceptible d'être augmenté de temps à autre si nécessaire, avec un préavis à tous les membres de la RSPO. Le volume restant de la teneur en huile de palme non certifiée sera couvert par l'achat de crédits RSPO d'un volume équivalent.

## 6. ANNEXE UTILISATION ET DIRECTIVES DE LA MARQUE COMMERCIALE RSPO ET DE L'ÉTIQUETTE RSPO

### 6.1 Marques RSPO approuvées et maîtres d'étiquettes RSPO



Figure 3 : RSPO Trademark



Schéma 4 : RSPO Étiquette Couleur variantes

- 6.1.1 La RSPO a créé trois versions différentes de sa marque commerciale RSPO et de ses étiquettes RSPO afin de maximiser la convivialité dans diverses applications. La Figure 4 illustre des exemples dans lesquels l'étiquette RSPO (modèle IP/SG) peut être utilisée : versions FULL COLOUR, Black ou White.

Veillez vous assurer que la lisibilité de la marque RSPO et des étiquettes RSPO n'est en aucun cas compromise et que les différentes couleurs sont toutes également visibles sur le fond. RSPO recommande que lorsque vous placez la marque commerciale RSPO ou l'étiquette RSPO sur un fond coloré, le noir ou le blanc

- 6.1.2 Les membres certifiés et les détaillants agréés peuvent utiliser le(s) label(s) RSPO dans les communications spécifiques aux produits, y compris dans les emballages, les étiquettes, les publicités, les dépliants, les brochures, les affiches, les présentoirs, les bulletins d'information, les sites Web, e-mails, lettres, offres, factures, rapports (annuels) ou entretiens avec les médias. Partout où le label RSPO est affiché, le numéro de licence de marque applicable doit être indiqué immédiatement sous ou à côté du label RSPO ou de la déclaration
- 6.1.3 Pour une utilisation non commerciale de la marque commerciale RSPO par des organisations qui ne vendent pas de produits issus de l'huile de palme, par exemple des organisations non gouvernementales (ONG) ou des organisations industrielles promouvant des produits d'huile de palme certifiés durables, des médias d'information et toute personne ayant l'intention d'utiliser la Marque déposée RSPO à des fins éducatives non commerciales promouvant la RSPO et l'huile de palme durable, le formulaire de demande d'approbation écrite doit être rempli en précisant le contexte entourant l'utilisation de la marque déposée RSPO

\*Note : Les masters RSPO Trademark & RSPO Label doivent toujours être reproduits à partir de fichiers d'illustrations master numériques. Il ne doit jamais être recréé, modifié, amendé ou déformé.

## 6.2 Zone d'Autorisation

- 6.2.1 Afin de promouvoir une visibilité et un impact ultimes, la RSPO a désigné un espace libre minimal autour de la marque commerciale RSPO et du ou des labels RSPO pour éviter que le logo ne soit trop "encombré" par d'autres objets ou graphiques. C'est assez simple - assurez-vous simplement qu'il y a une zone de la même largeur que le "SP" du logo, tout autour, comme illustré ci-dessous. La taille de l'espace libre augmente ou diminue proportionnellement à la taille de la marque RSPO ou de l'étiquette RSPO utilisée. Veuillez prévoir plus d'espace dans la mesure du possible.

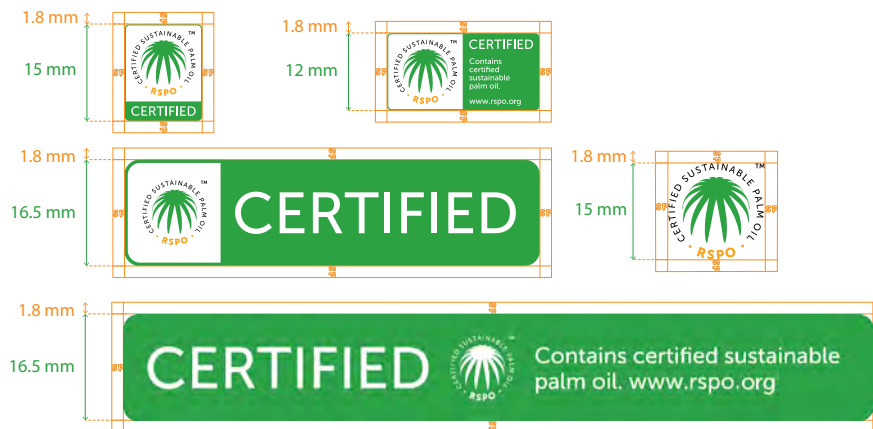


Schéma 5 : Zones de dégagement et tailles minimales

## 6.3 Taille Minimale

- 6.3.1 La RSPO spécifie une taille minimale pour la marque commerciale RSPO et l'étiquette RSPO afin de garantir qu'ils sont utilisés dans leurs dimensions optimales et que la reproduction reste cohérente.
- 6.3.2 Sur les documents imprimés, la marque RSPO et l'étiquette RSPO doivent mesurer comme indiqué sur la figure 5 ; tandis que le numéro de licence doit mesurer au moins 4 pt (1,4 mm) et la police doit être Calibri.

## 6.4 Couleurs

6.4.1 Il est conseillé aux membres de la RSPO d'utiliser la version couleur dans la mesure du possible. Cependant, une version noire, blanche ou monochrome peut être recommandée en fonction de la capacité d'impression et des couleurs de fond des supports d'impression. Les membres ne sont pas autorisés à créer ou à modifier la marque RSPO, le(s) label(s) RSPO, l'étiquette, la déclaration et les couleurs autrement qu'en redimensionnant les illustrations fournies par la RSPO.

**\*Remarque:** les masters RSPO Trademark & RSPO Label doivent toujours être reproduits à partir de fichiers master numériques. Il ne doit jamais être recréé, modifié, amendé ou déformé.

	# F18B00 R 241 G 139 B 0	C 0 M 53 Y 100 K 0 PANTONE Orange 021 U
	# 2CA142 R 60 G 150 B 0	C 76 M 0 Y 100 K 12 PANTONE 7739 C
	# 000000 R 0 G 0 B 0	C 0 M 0 Y 0 K 100 PANTONE P Process Black U

## 6.5 Variation de l'Arrière-plan

6.5.1 Les graphiques ci-dessous illustrent quelques-uns des bons exemples d'étiquette RSPO.

Étiquette RSPO utilisée sur fond noir/de couleur foncée.



Étiquette RSPO utilisée sur fond blanc/clair.



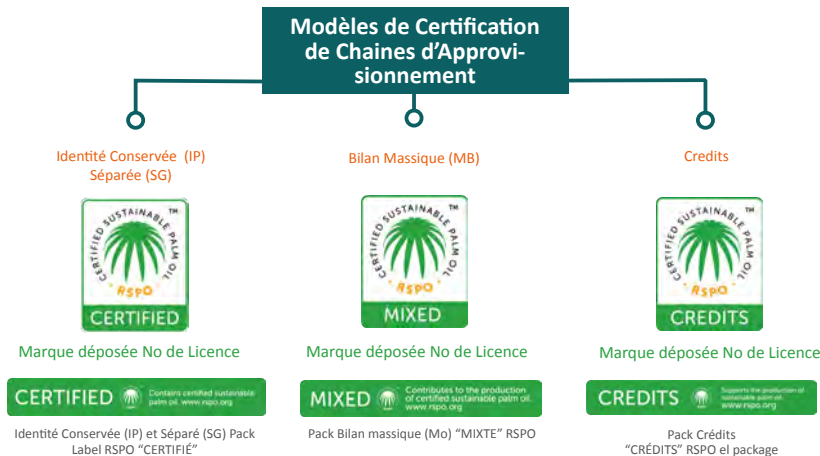
## 6.6 Modèles de Chaines d'Approvisionnement

6.6.1 La RSPO a défini quatre modèles de chaîne d'approvisionnement pour guider le commerce des produits d'huile de palme durables certifiés RSPO:

1. Identité préservée (IP)
2. Isolé (SG)
3. Bilan massique (MB)
4. Réserver et réclamer (B&C)

6.6.2 Il existe différents ensembles de packages Label RSPO spécialement conçus pour les membres certifiés conformément aux modèles de chaîne d'approvisionnement, et un package pour la chaîne d'approvisionnement Book and Claim.

1. Identité préservée (IP) et séparée (SG) – Paquet d'étiquettes RSPO "CERTIFIÉ"
2. Bilan massique (MB) – Paquet d'étiquettes RSPO "MIXTE"
3. Revendication partielle de produit – Paquet d'étiquettes RSPO "50% mixte"
4. Crédits - Pack Label RSPO "CRÉDITS"



## 6.7 Packs Etiquettes RSPO

6.7.1 Modèle de certification de la chaîne d'approvisionnement : **identité préservée/séparée**

Étiquette : "CERTIFIÉ"

Déclaration : "Ce produit contient de l'huile de palme durable certifiée".



6.7.2 Modèle de certification de la chaîne d'approvisionnement : **Bilan massique**

Étiquette : "MIXTE"

Déclaration : "Contribue à la production d'huile de palme certifiée durable".



6.7.3 Revendication partielle de produit

Étiquette : "50% MIXTE"

Déclaration : "Ce produit contribue à la production d'huile de palme durable certifiée".



6.7.4 Demande de crédits RSPO

Étiquette : "CRÉDITS"

Déclaration : "Soutient la production d'huile de palme durable"



## 6.8 Choix de la Langue

6.8.1 La RSPO a traduit les étiquettes RSPO en 23 langues différentes et 1 étiquette bilingue à l'usage des membres sous licence couvrant différents marchés.

BULGARIAN		ITALIAN	
CATALAN		JAPANESE	
CHINESE		KAZAKH	
CROATIAN		POLISH	
CZECH		PORTUGUESE	
DANISH		ROMANIAN	
DUTCH		RUSSIAN	
ENGLISH		SERBIAN	
FINNISH		SLOVAK	
FRENCH		SPANISH	
GERMAN		SWEDISH	
HUNGARIAN		ENGLISH & FRENCH	



## 6.9 À FAIRE et À NE PAS FAIRE concernant l'utilisation de la marque RSPO et de l'étiquette RSPO

Do	Don't
<ul style="list-style-type: none"><li>• Utiliser les graphismes originaux de la marque commerciale RSPO et/ou RSPO étiquette(s) fournie(s) par la RSPO.</li><li>• Maintenez toujours la zone de dégagement pour la marque RSPO et le(s) label(s) RSPO.</li><li>• Utilisez toujours la version de couleur la plus appropriée de la marque commerciale RSPO et/ou des étiquettes RSPO pour maximiser l'impact du logo et vous assurer qu'il se démarque de l'arrière-plan et des autres graphiques à côté.</li><li>• Utilisez la marque commerciale RSPO et/ou les étiquettes RSPO dont la taille n'est pas inférieure à la taille minimale approuvée.</li><li>• Placez votre numéro de licence de marque commerciale RSPO juste en dessous ou à côté de la marque commerciale RSPO et/ou des étiquettes RSPO.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Supprimer tout élément ou ajouter tout objet à la marque commerciale RSPO et/ou au(x) label(s) RSPO.</li><li>• Modifier les couleurs de la marque commerciale RSPO et/ou des étiquettes RSPO.</li><li>• Déformer les proportions de la marque commerciale RSPO et/ou du ou des labels RSPO.</li><li>• Reconcevoir ou recréer l'illustration de la marque commerciale RSPO et/ou du ou des labels RSPO.</li><li>• Utilisez la marque commerciale RSPO, le(s) label(s) RSPO ou des parties de la marque commerciale RSPO et du(des) label(s) RSPO pour créer un design différent.</li><li>• Utilisez la marque déposée RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO comme lecture dans le texte.</li><li>• Utilisez des effets spéciaux ou des motifs avec la marque commerciale RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO.</li><li>• Placez la marque commerciale RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO dans une forme.</li><li>• Appliquez une ombre derrière la marque commerciale RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO.</li><li>• Créez des motifs d'arrière-plan avec la marque commerciale RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO.</li><li>• Lier la marque commerciale RSPO et/ou le(s) label(s) RSPO à d'autres sites URL autres que la page d'accueil RSPO ou la page de profil du membre RSPO respectif.</li></ul>

## 6.10 Usage Correct de l'Étiquette RSPO

6.10.1 Les membres licenciés doivent prendre note de ce qui suit lorsqu'ils utilisent l'étiquette RSPO pour les réclamations sur les emballages :



marque déposée  
Licence Numéro



marque déposée  
Licence Numéro

Pour les chaînes d'approvisionnement à **identité préservée/séparée** :

les membres doivent inclure l'étiquette "CERTIFIED".



marque déposée  
Licence Numéro



marque déposée  
Licence Numéro

Pour la chaîne d'approvisionnement du **bilan massique** :

les membres doivent inclure l'étiquette "MIXTE".



Les membres doivent  
montrer marque  
déposée Licence  
Numéro en dessous  
de ou alors suivant au  
label RSPO



Montrer le marque  
déposée Licence  
Numéro, NE PAS le  
adhesion Numéro



Membres devoir  
Afficher marque  
déposée  
Licence Numéro  
immédiatement en  
dessous de ou alors  
suivant à le RSPO  
Étiquette

Les membres doivent montrer leur numéro de licence de marque (et non le numéro de membre ou le numéro de certificat de la chaîne d'approvisionnement) immédiatement sous ou à côté du label RSPO.

**\*Note:** Le fabricant du produit doit utiliser son propre numéro de licence de marque sur l'emballage, ou celui du détaillant lors de la production de produits de marque de détaillant (lorsque le détaillant a subi un audit à distance conformément à l'exigence 5.1.6).

## 6.11 Usage Incorrect de l'Etiquette RSPO

6.11.1 Voici des exemples d'utilisation incorrecte de la marque commerciale RSPO :

**NE PAS** supprimer d'éléments ni ajouter d'objets à la marque commerciale RSPO.



**NE PAS** faire pivoter, manipuler ou déformer les proportions de la marque commerciale RSPO.



**N'UTILISEZ PAS** la marque commerciale RSPO dans les titres, les titres ou en lecture dans le texte.



**NE PAS** encadrer la marque commerciale RSPO dans une forme.



**NE PAS** supprimer le signe « TM » de la marque commerciale RSPO.

Pour les marchés/pays où un certificat d'enregistrement a été délivré pour la marque RSPO, visitez [www.rspo.org](http://www.rspo.org).



**NE PAS** reconcevoir ou recréer l'illustration de la marque déposée RSPO;

**N'UTILISEZ PAS** la marque commerciale RSPO ou des parties de la marque commerciale RSPO pour créer un design différent.



**N'UTILISEZ PAS** d'effets spéciaux ou de motifs avec la marque commerciale RSPO.



**NE PAS** créer de motifs d'arrière-plan avec la marque commerciale RSPO.



Veillez contacter le service d'assistance des marques RSPO pour toute question concernant l'utilisation de la marque RSPO, du label RSPO, du processus de demande et des règles RSPO sur les communications et les revendications du marché.



[trademark@rspo.org](mailto:trademark@rspo.org)

### **Roundtable on Sustainable Palm Oil**

Unit 13A-1, Level 13A, Menara Etiqa, No 3, Jalan Bangsar Utama 1,  
59000 Kuala Lumpur, Malaysia

### **Autres bureaux :**

Jakarta, Indonesia

London, United Kingdom

Beijing, China

Bogota, Colombia

New York, USA

Zoetermeer, Netherlands