

# RSPO

## RSPO 市场传播与声明规则



RSPO 执行委员会于 2011 年 11 月 30 日采用。

本文件将取代 RSPO 执行委员会于 2011 年 3 月 31 日通过的《RSPO 传播与声明规则》

目录：

1. 定义
2. 一般规定
3. 企业传播规则
4. 产品传播一般规则
5. 产品传播特定规则（按供应链体系区分）
  - 5.1 “IP”和“SG”供应链体系规则
  - 5.2 “MB”供应链体系规则
  - 5.3 “B&C”供应链体系规则
  - 5.4 组合供应链体系规则
- 6 图形设计规则
- 7 更多信息

RSPO 市场传播与声明规则

1. 定义

棕榈产品：	任何源自油棕的产品，包括棕榈油、棕榈仁、棕榈仁油，以及上述产品的派生产品，如棕榈（仁）硬脂、油精等。
RSPO 认证棕榈产品：	任何含有以下成分的棕榈产品：通过 RSPO 的“种植园身份保护体系”、“认证与非认证分离体系”或“认证与非认证混合体系”采购的棕榈产品，或源自正规渠道、在 GreenPalm 证书范围内、通过正规渠道购买和抵消的棕榈产品。
产品传播：	与产品或一组产品相关的传播，包括包装、标签、广告、传单、宣传册、海报、展览、通讯、网站、电子邮件、信件、赠品、发票、（年度）报告、媒体采访。
企业传播：	与公司、组织和品牌相关的传播，包括广告、传单、宣传册、海报、展览、通讯、网站、电子邮件、信件、（年度）报告、媒体采访。
面向消费者的传播：	以消费者为目标的传播，如包装、产品目录、传单、网站。
成员：	RSPO 的“普通会员”、“附属会员”或“供应链准会员”组织，每年向 RSPO 交纳会费，普通成员还需向 RSPO 提交年度进展报告。
RSPO 企业标识：	RSPO 组织的标识，即橙色粗斜体的“RSPO”字母 ( <i>RSPO</i> )。
RSPO 商标：	 RSPO 已提交申请商标注册的标识：由圆形棕榈树冠和单词“RSPO”组成。
RSPO 标签：	带有视觉元素的方格，视觉元素之一为前述的 RSPO 商标，由 RSPO 以数字方式提供，用于产品自身传播或产品相关传播。标签中还可以包含一个“标记”（“认证”/“混合”），以及带有 URL“ <a href="http://www.rspo.info">www.rspo.info</a> ”的“声明”。
商标许可机构：	经由 RSPO 授权、颁发 RSPO 商标使用许可的组织。
非商业性标识使用：	不销售含棕榈产品商品的组织对标识的使用，如推广认证可持续棕榈产品的非政府组织（NGO）或行业组织、新闻媒体，以及经由 RSPO 授权可将标识使用于非商业用途的任何其他组织。

## 2. 一般规定

- a. 本文件针对有关 RSPO 认证棕榈产品的生产、采购、使用和销售的所有市场传播制定了强制性规则，其中包括对使用 RSPO 商标的要求。
- b. 上述规则对 RSPO 认证和 RSPO 商标的名誉加以保护。
- c. 上述规则涵盖了面向消费者的传播和企业对企业的传播。
- d. 上述规则明确要求的成员使用 RSPO 的名称、企业标识和 RSPO 商标所必须满足的条件。使用 RSPO 商标前，成员必须签署商标许可协议并取得商标许可证。
- e. 遵守上述规则的零售商既可以使用消费品制造商用于产品自身传播的商标许可证，也可选择使用自己的商标许可证；若要以零售商自己公司或品牌的名义使用 RSPO 商标进行关于产品的传播，则该零售商自身必须取得商标许可证。
- f. 成员可以在公司层面上取得商标许可证，也可以在个别市场、分支机构和场所等层面上获得商标许可证。
- g. 成员可通过网页表格提交商标许可证请求。RSPO 在线市场中心 ([www.rspo.eu/market](http://www.rspo.eu/market)) 提供了访问该表格的链接。
- h. 援引 RSPO 名称和（或）商标并且遵守上述所有规则的市场传播将视作“已授权”。
- i. 其他任何援引 RSPO 名称和（或）商标的市场传播都将视作“未授权”。
- j. RSPO 成员组织若进行与 RSPO 相关的未授权传播，即可认定为违反 RSPO 行为准则，该准则禁止使用带有误导性或无事实依据的声明。
- k. 任何组织进行与 RSPO 相关的未授权传播，均可由 RSPO 或第三方认定其作出误导性声明。
- l. RSPO 保留公布任何未授权市场传播案例的权力。
- m. RSPO 保留对任何参与未授权市场传播的组织提起诉讼的权力。

本文件制定的各项规则自其首次发布于 RSPO 网站 ([www.rspo.org](http://www.rspo.org)) 之日起生效。于生效之日前准备的现有传播材料仍以《RSPO 传播与声明规则》（RSPO 执行委员会于 2011 年 3 月 31 日采用）为准。于生效之日后准备的传播材料必须遵守本文件制定的各项规则。自本文件生效之日起最长 18 个月期限以后，所有传播材料均必须遵守本文件规定的各项规则。

## 3. 企业传播规则

### 1. 企业传播中，RSPO 成员可以进行以下行为：

- a. 展示其作为 RSPO 成员的身份和历史，如“RSPO 成员”、“RSPO 附属成员”或“RSPO 准成员”；
- b. 展示 RSPO 网址 (<http://www.rspo.org>、[www.rspo.info](http://www.rspo.info))；
- c. 说明组织支持 RSPO 的工作；
- d. 说明组织与 RSPO 有关的历史；
- e. （仅限普通成员）在网站上展示 RSPO 企业标识“RSPO”，同时必须附有“前往 [www.rspo.org](http://www.rspo.org) 查看我们的进展”字样，其中的链接必须指向成员在 [www.rspo.org](http://www.rspo.org) 上的资料页面。

### 2. 企业传播中，RSPO 成员不允许进行以下行为：

- a. 展示 RSPO 商标；
- b. 任何可能导致消费者认为 RSPO 成员必然销售 RSPO 认证棕榈油产品的说明。

### 3. 企业传播中，非成员组织不允许进行以下行为：

- a. 以任何方式使用 RSPO 名称、企业标识或商标标识。

## 4. 产品传播一般规则

### 1. 产品传播的使用完全自愿。

### 2. 产品传播中，成员可以在以下情况下提到 RSPO：

- a. 在审核期间能出示可支持有关传播的文件，并且
- b. 遵守所有RSPO的相关规则，包括本文件制定的各项规则

### 3. 非面向消费者的传播中，成员可以指明在不同 RSPO 供应链体系下获得的棕榈产品的百分比。

### 4. 希望在包装上使用 RSPO 商标传播 RSPO 认证内容的成员必须从 RSPO 商标许可机构取得许可（参见第 5 节和第 6 节）。

### 5. 产品传播中，成员不允许进行以下行为：

- a. 表明其 RSPO 成员身份
- b. 表明供应商的 RSPO 成员身份
- c. 使用 RSPO 商标以外任何关于产品含有 RSPO 认证棕榈油的商标或标识。
- d. 展示 RSPO 企业标识

### 6. 产品传播中，非成员不允许以任何方式提到 RSPO 或使用 RSPO 企业标识或商标。

例外情况：GreenPalm 成员可以遵守 5.3 节制定的规则。

5. 特定体系下的产品传播规则

RSPO 定义了四种供应链体系，用于引导 RSPO 认证可持续棕榈产品的交易。这四种体系分别为：

1. 种植园身份保护体系 (IP)
2. 认证与非认证分离体系 (SG)
3. 认证与非认证混合体系 (MB)
4. Book & Claim 证书交易 (B&C)。



可在 RSPO 在线市场中心 ([www.rspo.eu/market](http://www.rspo.eu/market)) 获取上述体系的完整指南。

5.1 “IP”和“SG”供应链体系特定规则

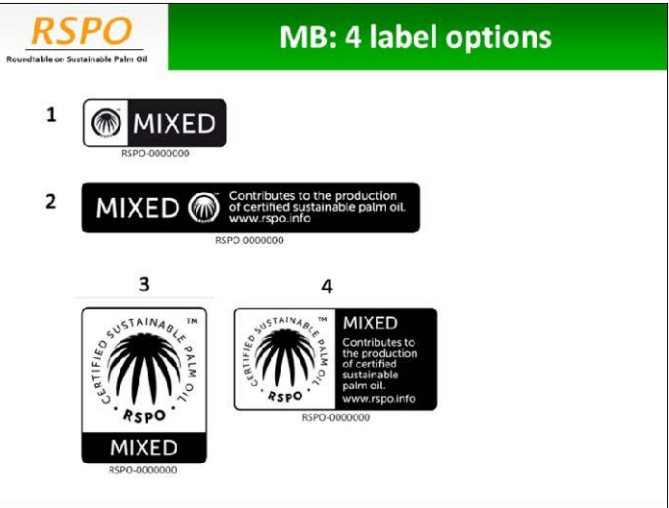
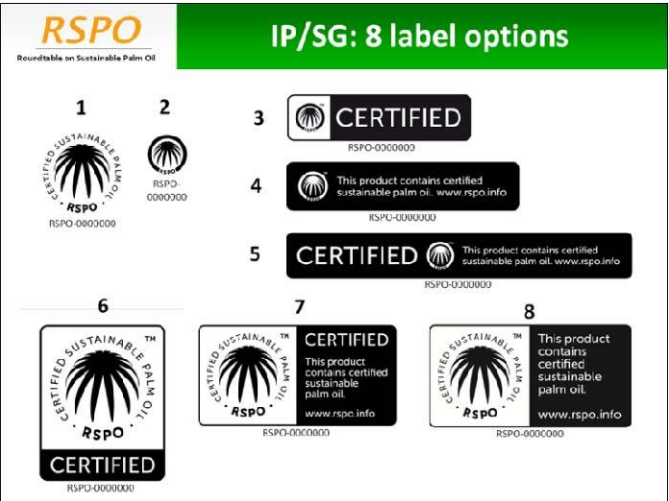
1. 仅当产品中至少95%的棕榈派生成分经 RSPO 认证，方可使用 RSPO 商标。
2. RSPO 商标的使用完全自愿。
3. 若要作出图片中的选项显示的声明，产品中所有棕榈派生成分都必须通过 IP 和（或）SG 供应链获得（即必须能够回溯至某一个经过认证的来源）。
4. 成员可以通过以下方式之一使用 RSPO 商标：
  - a. 外围环绕“认证可持续棕榈油”字样（选项 1）  
**或者**一个圆圈（选项 2）；
  - b. 单独使用，或作为含有“认证”字样和（或）“本产品含认证可持续棕榈油。[www.rspo.info](http://www.rspo.info)”声明的标签一部分（选项 3~8）。
5. 不论 RSPO 商标在何处展示，均必须紧贴商标或“声明”的下方或侧边显示适用的商标许可证编号。字体必须为 Calibri，字号不得小于 7 磅（2.4 毫米或 7/72 英寸）。
6. 包装上传播，RSPO 商标可以印刷在包装上的任何位置。“本产品含认证可持续棕榈油。[www.rspo.info](http://www.rspo.info)”的声明不一定作为 RSPO 标签的一部分。
7. 有关商标使用的进一步指导方针由《RSPO 商标许可证条款和条件》提供。
8. 产品传播的叙事叙述可以传达的信息：
  - a. 本产品中使用的棕榈产品已证实源自 RSPO 认证生产单位；
  - b. RSPO 认证生产单位由独立审核机构进行认定、遵守可持续棕榈油圆桌倡议组织 (RSPO) 针对社会与环境责任制定的严格指导方针
  - c. 选购本产品，即是支持 RSPO 认证棕榈油产业并为保护自然资源做出贡献。更多信息请访问 [www.rspo.info](http://www.rspo.info)。
  - d. 在整个供应链中，RSPO 认证可持续棕榈产品始终与其他棕榈产品保持分离；
  - e. 从炼油厂开始，RSPO 认证棕榈产品可一路回溯至 RSPO 认证生产单位；
  - f. 整个供应链均处于 RSPO 认可的审核机构的监督下；
  - g. 援引特定 RSPO 认证生产单位的资料或图片（如果公司记录可以表明与此生产单位的关系）。

5.2 “MB”供应链体系特定规则

1. 仅当产品中至少95%的棕榈派生成分经 RSPO 认证，方可使用 RSPO 商标。
2. RSPO 商标的使用完全自愿。
3. 成员可以通过以下方式之一使用 RSPO 商标：
  - a. 外围环绕“认证可持续棕榈油”字样（选项 3~4）  
**或者**一个圆圈（选项 1~2）；
  - b. 标识**必须**为包含“混合”字样的标签的一部分。“混合”字样表明棕榈油产品系通过“认证与非认证混合体系”(MB) 取得，这一供应链体系可在受监管的情况下平衡特定棕榈油的输入量和输出量。产品上的“混合”字样并不

Display rules overview			
Label options	TM	TAG	Statement, URL
S.C. system			
IP/SG		CERTIFIED	'This product contains certified sustainable palm oil. <a href="http://www.rspo.info">www.rspo.info</a> '
MB		MIXED	Contributes to the production of certified sustainable palm oil. <a href="http://www.rspo.info">www.rspo.info</a> '
B&C			'Contributes to the production of certified sustainable palm oil. <a href="http://www.rspo.info">www.rspo.info</a> '

Legend: Orange = mandatory, Green = optional.



保证产品自身必然含有认证原料；不带声明的产品中也可能部分或全部含认证原料；

- c. 标识**可以**为包含“支持认证可持续棕榈油生产。[www.rspo.info](http://www.rspo.info)”声明的标签的一部分（选项 2 和 4）；
4. 不论 RSPO 商标在何处展示，均必须紧贴商标或“声明”的下方或侧边显示适用的商标许可证编号。字体必须为 Calibri，字号不得小于 7 磅（2.4 毫米或 7/72 英寸）。
5. 包装上传播，RSPO 商标可以印刷在包装上的任何位置。“支持认证可持续棕榈油生产。[www.rspo.info](http://www.rspo.info)”的声明不一定作为 RSPO 标签的一部分。
6. 有关商标使用的进一步指导方针由《RSPO 商标许可证条款和条件》提供。
7. 产品传播的叙述中可以传达的信息：
  - a. 本产品中使用的棕榈产品依据 RSPO 制定的规则获得；
  - b. 源自 RSPO 认证生产单位的棕榈产品与传统棕榈产品在供应链中进行了混合；
  - c. 本最终产品的棕榈产品含量反映了相当于源自 RSPO 认证生产单位棕榈产品的含量。RSPO 认证生产单位由独立审核机构认定、遵守可持续棕榈油圆桌倡议组织 (RSPO) 针对社会与环境责任制定的严格指导方针；
  - d. （仅限非包装上传播）援引特定 RSPO 认证生产单位的资料或图片（如果公司记录可以表明与此生产单位的关系）。
8. 产品传播的叙述中**不允许**传达的信息：
  - a. 任何可能导致消费者认为产品中（经认证而）存在 RSPO 认证棕榈产品的信息。

### 5.3 “B&C”供应链体系规则

1. 通过 Book & Claim 证书交易供应链体系销售认证棕榈产品的 RSPO 成员或 GreenPalm 成员**不允许**使用 RSPO 商标。如果上述成员遵守 GreenPalm 的规则，则**可以**使用 GreenPalm 标识。
2. 上述成员还可以展示以下书面声明：“本产品支持认证可持续棕榈油生产。[www.rspo.info](http://www.rspo.info)”。包装上传播，上述声明可以印刷在包装上的任何位置。
3. 如果消费品属外包生产（即生产过程并非由品牌所有者完成），品牌所有者可以根据制造商购买和抵消的 Greenpalm 证书作出声明。
4. 叙述中**可以**传达的信息：
  - a. GreenPalm 是一项致力于减少棕榈油生产对环境和社会造成的不利影响的证书交易计划。这一计划由可持续棕榈油圆桌倡议组织 (RSPO) 支持。
  - b. 本产品生产过程中，我们每使用一吨棕榈产品，便会自愿向取得 RSPO 认证的棕榈油生产单位支付一笔额外费用。认证生产单位由独立审核机构认定、遵守可持续棕榈油圆桌倡议组织 (RSPO) 针对社会与环境责任制定的严格指导方针。本产品所使用的棕榈油自身乃通过常规途径出售、加工和采购；
  - c. （仅限非包装上传播）援引特定 RSPO 认证生产单位的资料或图片（如果公司记录和 Greenpalm 记录可以表明与此生产单位的关系）。
5. 叙述中**不得**传达的信息：
  - a. 任何可能导致消费者认为最终产品中（经认证而）存在 RSPO 认证棕榈产品的信息。

### 5.4 组合供应链体系规则

1. 仅当产品中至少95%的棕榈派生成分经 RSPO 认证并且通过 IP、SG、MB 和 B&C 供应链体系的任意组合取得时，方可使用产品自身传播。
2. 仅当产品中至少95%的棕榈派生成分经 RSPO 认证并且通过 IP、SG 和 MB 供应链体系的任意组合取得时，方可使用 RSPO 商标。
3. 适用于产品传播的规则应是对供应链体系组合中“最不严格”的体系制定的规则。供应链体系的严格程度排序如下（从最严格到最不严格）：IP > SG > MB > B&C。
4. 例 1：甲产品所使用的棕榈派生成分中，75% 取自 RSPO 认证与非认证分离体系 (SG)，25% 取自 RSPO 认证与非认证混合体系 (MB)。
  - a.  $75\% + 25\% > 95\%$ ，因此可以使用产品传播；
  - b.  $SG\% + MB\% > 95\%$ ，因此可以使用 RSPO 商标。
  - c. MB 不如 SG 严格，因此产品传播必须遵守针对 MB 制定的规则。
5. 例 2：乙产品所使用的棕榈派生成分中，70% 取自 RSPO MB 供应链体系，26% 取自 RSPO B&C 供应链体系，4% 取自非 RSPO 体系。
  - a.  $70\% + 26\% > 95\%$ ，因此可以使用产品传播；
  - b.  $IP\% + SG\% + MB\% < 95\%$ ，因此不得使用 RSPO 商标，产品传播必须遵守针对 B&C 制定的规则。

## 6. 总结

RSPO 认证产品所占百分比	产品自身传播规则
$IP + SG + MB + B\&C > 95\%$	可以使用产品自身传播
$IP + SG + MB > 95\%$	可以使用产品自身传播，并且可以使用 RSPO 商标

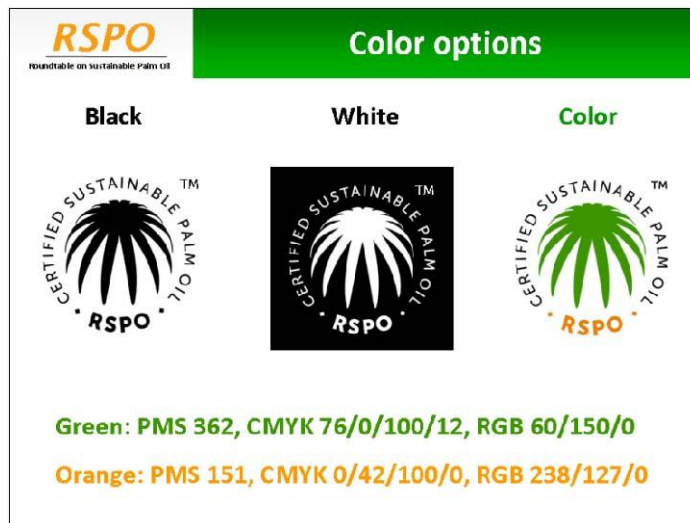


仅存在 IP 和 SG 的组合	可以使用 RSPO 商标 +“认证”字样
仅存在 IP、SG 和 MB 的组合	可以使用 RSPO 商标 +“混合”字样
组合中存在 B&C	GreenPalm 传播规则

注意：在非面向消费者的传播中，公司可以声明不同供应链体系所占的百分比。

## 6. 图形设计规则

1. 成员**不得**自行制作 RSPO 商标图形。**必须**使用通过 RSPO 许可机构提供的数字图形，并且除调整大小外**不得**对图形进行任何更改。图形将会提供黑色、白色和全色三种颜色版本。
2. 成员不得更改声明或创建新的翻译。如果缺少特定语言的图形，成员可以请求翻译和（或）提出翻译建议。RSPO 将在新翻译得到认可后提供更新后的数字图形。
3. 印刷展示的 RSPO 商标中，环绕在 RSPO 商标周围的圆圈（线条或字样）直径不得小于 10 毫米（0.4 英寸）。
4. 成员使用 RSPO 商标时不得以任何方式暗示此商标（也）涵盖非 RSPO 声明。



## 7. 如何申请 RSPO 商标

1. 有关 RSPO 相关的传播以及 RSPO 商标的更多信息可前往 RSPO 在线市场中心 (<http://www.rspo.info/market/>) 获取。该网站提供了情况简报、演示文稿、常见问题列表以及图像和视频，成员可对这些资料进行修改并用于自身的叙述和交流。网站还提供了 RSPO 的联系方式以及申请 RSPO 商标许可证的链接。
2. 如果对本文件和商标的使用存在疑问，或者希望举报滥用行为，请与 [communications@rspo.org](mailto:communications@rspo.org) 联系。
3. 此文件将会定期复审。