



MANUAL DE COMUNICAÇÃO INSTITUTO LIFE

LIFE-IN-MP26-1.0-PT

Versão: 1.0

Idioma: Português

Aplicabilidade: Internacional

Título: MANUAL DE COMUNICAÇÃO DO INSTITUTO LIFE

Código: LIFE-IN-MP26-1.0-PT

Aplicabilidade: Internacional

Tipo: Procedimento de Gestão (MP)

Versão: 1.0

Status: Final

Idioma: Português

Aprovação: Conselho Diretor do Instituto LIFE

Data: 28/03/2024

Em caso de dúvida e/ou inconsistência entre versões, deve ser consultado o documento original (versão em português).

Contato:

Instituto LIFE

Rua Victor Benato, 210 – Bosque Zaninelli – Pilarzinho

CEP: 82.120-110 – Curitiba – PR – Brasil

Tel.: +55 41 3253 7884

www.institutolife.org

contato@institutolife.org

Instituto LIFE 2024

Direitos reservados pela lei de direitos autorais no Brasil e no Exterior segundo os termos definidos nas legislações brasileira e estrangeira pertinente ao assunto. Qualquer forma de reprodução deste documento ou parte de seu conteúdo necessita de permissão expressa escrita pelo Instituto LIFE.

OBJETIVOS

Visando proteger o nome e a marca do Instituto LIFE, o presente documento tem por objetivo apresentar diretrizes e orientações relacionadas à comunicação, uso da logomarca e marcas associadas a serem seguidas pelas organizações que se relacionam com o Instituto LIFE (fundadores, apoiadores financeiros e institucionais, organismos certificadores acreditados, empresas que possuem a Certificação LIFE válida, parceiros coligados, detentores de Créditos LIFE de Biodiversidade e demais parceiros do Instituto LIFE), bem como apresentar as diretrizes relativas à comunicação e ao uso dos selos de Certificação e Acreditação a serem seguidos pelos Organismos Certificadores acreditados e organizações detentoras da Certificação LIFE.

APLICAÇÃO

Este documento se aplica a todas as organizações relacionadas ao Instituto LIFE ou que fazem uso das marcas e selos LIFE em qualquer parte do mundo.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	5
2. TIPOS DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS	6
3. DIRETRIZES GERAIS DE UTILIZAÇÃO DO NOME, MARCA E MARCAS ASSOCIADAS.....	7
3.1. MARCA LIFE	7
3.2. APLICAÇÃO DA LOGOMARCA INSTITUCIONAL	8
RECOMENDAÇÕES TÉCNICAS PARA USO E APLICAÇÃO DA LOGOMARCA INSTITUCIONAL DO INSTITUTO LIFE POR INSTITUIÇÕES AUTORIZADAS.....	14
3.3. MARCAS ASSOCIADAS	15
4. INFORMAÇÕES ESPECÍFICAS DIRECIONADAS POR TIPO DE RELAÇÃO INSTITUCIONAL ESTABELECIDADA	19
4.1. ORGANISMOS CERTIFICADORES	19
4.2. ORGANIZAÇÕES COM CERTIFICAÇÃO LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE.....	20
4.3. CRÉDITOS LIFE DE BIODIVERSIDADE	25
4.4. PARCEIROS COLIGADOS	26
4.5. USUÁRIOS DO SISTEMA LIFE KEY	27
4.6. ORGANIZAÇÕES COM CERTIFICAÇÃO LIFE DE GESTÃO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL.....	28
INFORMAÇÕES SOBRE O DESENVOLVIMENTO DESTA DOCUMENTO.....	30

1. INTRODUÇÃO

O Instituto LIFE é um organismo normalizador internacional, responsável pelo desenvolvimento e gestão das metodologias e certificações LIFE (Negócios e Biodiversidade / Gestão Territorial Sustentável) e dos Créditos LIFE de Biodiversidade.

Este documento apresenta informações e diretrizes gerais relacionadas à comunicação, à Marca LIFE e logomarcas associadas que devem ser observadas e respeitadas por todos que as utilizam. Adicionalmente, apresenta informações específicas sobre selos e mensagens permitidas que devem ser seguidas de acordo com o tipo de relacionamento institucional estabelecido com o Instituto LIFE.

Em caso de dúvidas, o Instituto LIFE deve ser consultado sempre.

2. TIPOS DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

- Fundadores: organizações que criaram o Instituto LIFE.
- Apoiadores financeiros: organizações que optaram por formalizar um contrato de apoio financeiro, onde existe o repasse de recursos ao Instituto LIFE.
- Coligados parceiros: organizações membro da Coalizão LIFE de Negócios e Biodiversidade.
- Apoiadores institucionais: organizações que de alguma maneira apoiam o trabalho desenvolvido pelo Instituto LIFE, sem o repasse de fundos financeiros, de maneira institucional, técnica ou instrumental.
- Representante internacional: agente local responsável pelas operações do Instituto LIFE.
- Organismos Certificadores acreditados pelo Instituto LIFE.
- Organizações que possuem Certificação LIFE: organizações que passaram por auditoria de terceira parte e possuem um certificado vigente da Certificação LIFE.
- Organizações/Pessoas Físicas detentoras de Créditos LIFE de Biodiversidade.
- Clientes/Parceiros: organizações usuárias da Metodologia LIFE (empresas que realizaram pilotos/ projetos técnicos ou usuárias dos sistemas LIFE Key e LIFE Territorial), consultores e parceiros comerciais.

3. DIRETRIZES GERAIS DE UTILIZAÇÃO DO NOME, MARCA E MARCAS ASSOCIADAS

3.1. MARCA LIFE

3.1.1. Surgimento

O Texto: *Pale Blue Dot: A Vision of the Human Future in Space*, de Carl Sagan, foi o elemento que inspirou a Logomarca LIFE. LIFE são as iniciais de *Lasting Initiative For Earth* ou Iniciativa Duradoura para a Terra. É a perfeita alusão para o mais nobre dos legados que podemos deixar aos nossos descendentes.

Representado no centro da Marca, o círculo é o ponto de partida, que se expande e, em três dimensões, se torna a esfera, o *Pale Blue Dot*, que trabalhamos para conservar. Conheça mais sobre a [história e transformação da marca aqui](#).

3.1.2. Escrita

A escrita da palavra “LIFE” deve ser sempre maiúscula e a palavra que a antecede deve ter sua primeira letra maiúscula (exemplo: Instituto LIFE, Metodologia LIFE, Certificação LIFE, etc.). Sempre que se referir ao LIFE (Instituto) o artigo que o antecede deve ser masculino (o). Nas demais situações, é necessário adicionar a palavra a o que se está referindo (ex. a Metodologia LIFE, a Certificação LIFE, etc.) para utilizar o artigo feminino.

3.1.3. Logomarca Institucional

Esta é a Assinatura Principal do Instituto LIFE e deve ser usada, prioritariamente, em toda a comunicação impressa e eletrônica. É nela que a imagem do LIFE deve se apoiar. É essencial que a marca seja utilizada seguindo as orientações a seguir.



Por trás da marca há mais do que um logotipo. Há um DNA. Um conjunto de informações e benefícios. É uma história contada com uma só palavra. Por isso, observe sempre as cores, formatos,

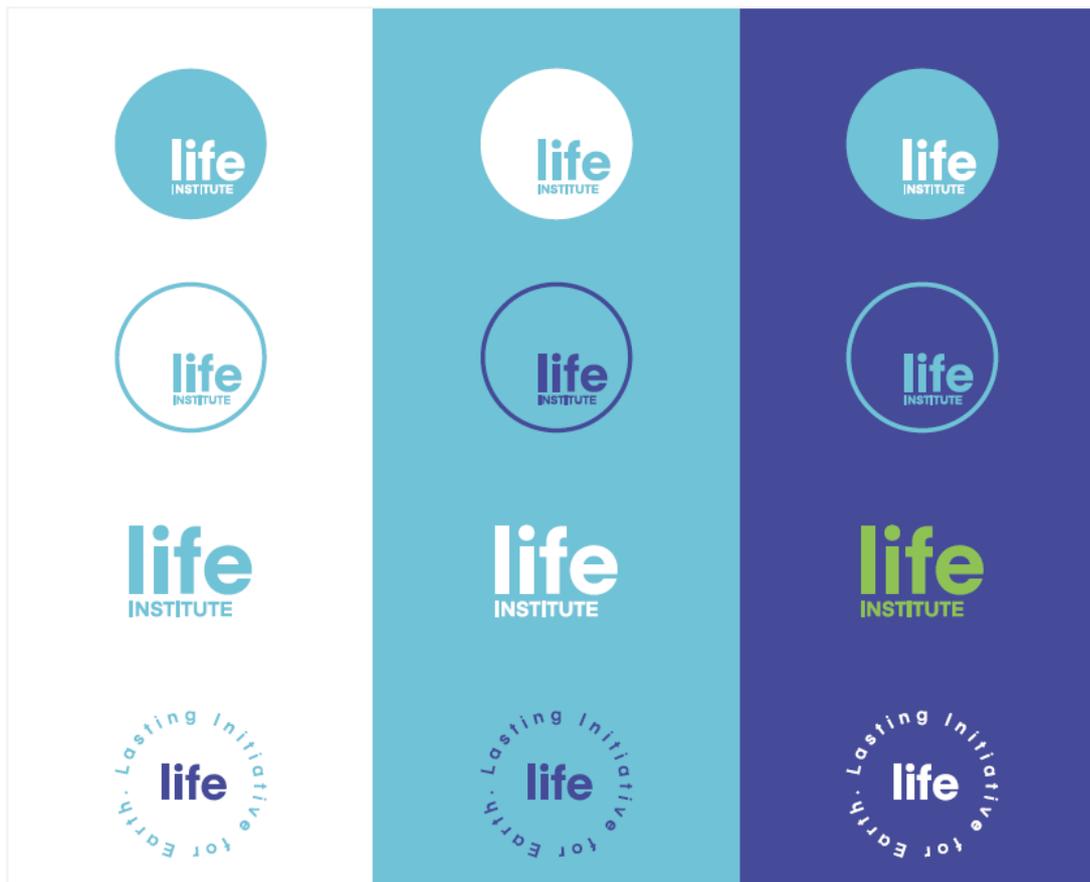
tamanhos e demais características da nossa marca. E, sempre que necessário, consulte o Instituto LIFE.

3.2. APLICAÇÃO DA LOGOMARCA INSTITUCIONAL

3.2.1. Estilos da Marca



3.2.2. Variações cromáticas



3.2.3. Versão negativa



3.2.4. Versão monocromática/PB / Variações monocromáticas

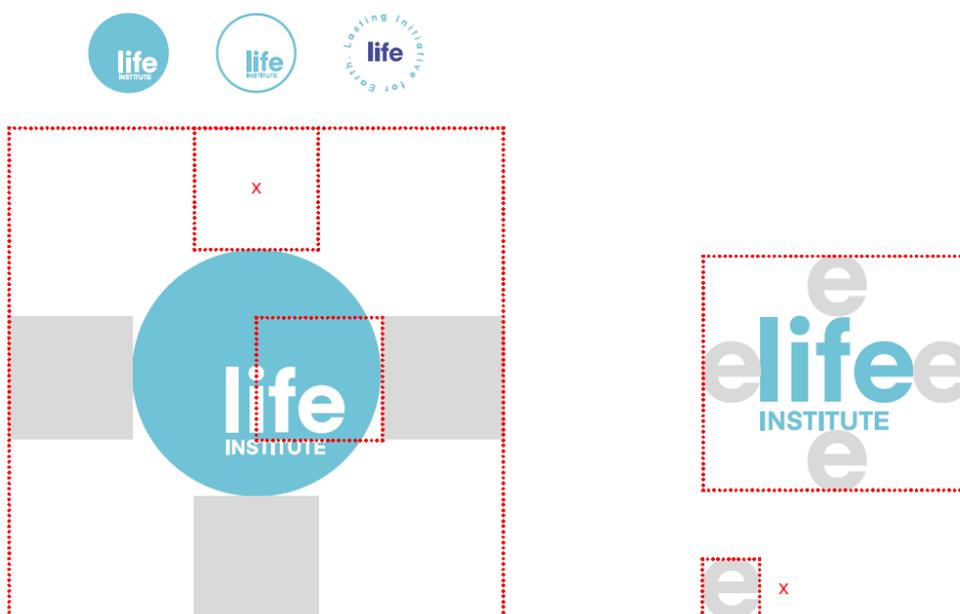


A marca original não poderá ser aplicada com círculo preenchido preto, devem ser usadas as variações alternativas abaixo.



3.2.5. Arejamento da Marca

Deve ser resguardado um espaço livre ao redor da marca, livre de interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual à metade do círculo da marca e selo para as circulares e a letra “e” da marca *lettering*. Esse valor é igual a “X”, distância que determina o arejamento da marca.



3.2.6. Redução da Marca

As medidas especificadas abaixo indicam o limite de redução da marca, para impressões em centímetros e reproduções em meios digitais em pixels. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



3.2.7. Fonte

EINA 01 e MACKYN DISPLAY são as famílias tipográficas da Identidade Visual do Instituto LIFE

EINA 01 FONTE PARA TEXTOS E TÍTULOS > Light, Regular, Italic, Semibold, Bold > versões itálicas inclusas

aaaaaaa

macklyn display FONTE PARA TEXTOS E TÍTULOS EM DESTAQUE > ExtraLight Italic, Italic, Medium Italic

aaa

3.2.8. Aplicação em fundos cromáticos

Fazer a aplicação da marca do Instituto LIFE em fundos exige certos cuidados. Abaixo seguem as análises dos casos:

- a. O uso da marca original sobre fundos poluídos ou imagens, que possam dificultar sua visualização ou causar qualquer tipo de ilusão de ótica devem ser pensados para a o melhor destaque, usar preferencialmente a versão azul.



- b. As marcas alternativas em sua cor original somente poderão ser aplicadas em fundos neutros, onde sua visualização será destacada.



- c. Em fundos escuros fora do padrão da paleta, a aplicação da marca original deverá preferencialmente em original azul, para marcas alternativas e selos deve ser feita em negativo (branco).



3.2.9. Usos incorretos

As marcas do Instituto LIFE não devem ser alteradas, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Seguem abaixo alterações que não são permitidas. Comparando com a marca original, verifique os usos incorretos e se assegure de que a marca do Instituto LIFE nunca seja alterada.



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
(ACHATAMENTO VERTICAL)



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
(ESTICAMENTO VERTICAL)



FOI ALTERADO O POSICIONAMENTO
DA BASE



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
(ACHATAMENTO HORIZONTAL)



FORAM ALTERADAS
AS CORES DA MARCA



FORAM ALTERADOS
OS ELEMENTOS
DA MARCA

3.2.10. Paleta Institucional

A fidelidade na reprodução das cores é fundamental para garantir consistência na imagem da Marca. Seguem abaixo as referências dos códigos cromáticos que compõe a identidade visual do Instituto LIFE.

Azul LIFE

CMYK
C 50 M 00 Y 10 K 00
RGB
R 112 G 194 B 214
HEX #70C2D6

Azul escuro

CMYK
C 90 M 80 Y 00 K 00
RGB
R 66 G 77 B 153
HEX #424D99

Branco

CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 0
RGB
R 255 G 255 B 255
HEX #FFFFFF

Verde

CMYK
C 50 M 00 Y 90 K 00
RGB
R 143 G 194 B 84
HEX #8FC254

RECOMENDAÇÕES TÉCNICAS PARA USO E APLICAÇÃO DA LOGOMARCA INSTITUCIONAL DO INSTITUTO LIFE POR INSTITUIÇÕES AUTORIZADAS

O nome Instituto LIFE assim como a logomarca do Instituto LIFE são de propriedade exclusiva, e sua utilização em quaisquer materiais gráficos (folhetos, publicações, folders, material institucional, relatórios de sustentabilidade, ou afins) ou digitais (website, redes sociais, apresentações, materiais institucionais em versão digital, entre outros) deverão seguir as orientações deste documento.

O Instituto LIFE não pode ser responsabilizado pelo mau uso do nome e Logomarca LIFE por parte de terceiros. O Instituto LIFE disponibiliza um canal de denúncia aberto ao público em seu website. Caso seja detectado algum desvio em relação às diretrizes estabelecidas ou em qualquer situação em que a logomarca seja utilizada de maneira a causar prejuízo à imagem e credibilidade do Instituto e da Certificação LIFE, o Instituto LIFE solicitará ações corretivas ou a suspensão do seu uso.

Fica vedada a utilização da Logomarca Institucional LIFE concomitantemente com a logomarca de certificações que possam induzir o público em erro, podendo vir a confundir parceria institucional com a obtenção da Certificação LIFE propriamente dita. Apenas as empresas com Certificação LIFE válida podem fazer uso do selo de certificação, seguindo as orientações descritas no item destinado às empresas certificadas deste documento.

3.3. MARCAS ASSOCIADAS

3.3.1. Negócios & Biodiversidade

Versão principal



redução máxima sugerida
altura na proporção > 2 cm
altura na proporção > 80 pixels

Versão negativa



Variações monocromáticas



3.3.2. Gestão Territorial Sustentável

Versão principal



redução máxima sugerida
altura na proporção > 2 cm
altura na proporção > 80 pixels

Versão negativa



Variações monocromáticas



3.3.3. Coalizão LIFE de Negócios e Biodiversidade

Versão principal



redução máxima sugerida
altura na proporção > 2 cm
altura na proporção > 80 pixels

Versão negativa



Variações monocromáticas



3.3.4. Softwares

3.3.4.1. LIFE Key – Negócios & Biodiversidade



redução máxima sugerida
largura na proporção > 2 cm
largura na proporção > 100 pixels

Versão negativa



Versões monocromáticas



3.3.4.2. LIFE Territorial – Gestão Territorial Sustentável



redução máxima sugerida
largura na proporção > 2 cm
largura na proporção > 100 pixels

Versão negativa



Versões monocromáticas



4. INFORMAÇÕES ESPECÍFICAS DIRECIONADAS POR TIPO DE RELAÇÃO INSTITUCIONAL ESTABELECIDADA

4.1. ORGANISMOS CERTIFICADORES

O Certificado e Selo de Acreditação contendo o nome do Organismo Certificador Acreditado com seu respectivo código de acreditação são emitidos pelo Instituto LIFE. O selo poderá ser utilizado pelos organismos certificadores durante o período de vigência do Certificado de Acreditação LIFE. Seu uso é permitido em documentos e comunicações diretamente relacionados ao processo de Certificação LIFE.

O selo de Acreditação pode ser utilizado em conjunto com selos de outros sistemas de certificação, desde que sejam respeitadas as mesmas proporções em termos de tamanho e que não haja desvantagem em termos de localização e destaque. O Instituto LIFE possui os direitos autorais sobre o Selo de Acreditação LIFE, que estão registrados e são de sua propriedade. Em caso de uso indevido dos selos de Certificação ou de Acreditação LIFE, o Instituto LIFE encontra-se no direito de solicitar ações corretivas, suspender ou cancelar a permissão de sua utilização.

Os padrões relativos a tamanho, cores, proporções, textos, fontes e outras especificações são apresentados abaixo e devem sempre obedecer ao padrão original, não podendo ser alterados ou traduzidos. O tamanho mínimo dos selos de Certificação e de Acreditação LIFE deve ser respeitado, pois é uma forma de garantir que eles tenham perfeita legibilidade. O arquivo do selo já apresenta arejamento necessário para permitir a existência de um espaço a seu redor, e o arquivo não deve ser cortado, garantindo seu destaque em meio a outras informações de um documento ou material de divulgação.



NOME
CERTIFYING BODY
LIFE.ACB.2023.001

redução máxima sugerida
largura x altura > 3 cm
largura x altura > 250 pixels

Versão negativa



O Organismo Certificador LIFE é responsável pela correta utilização tanto do Selo de Acreditação LIFE como do Selo de Certificação LIFE e das mensagens publicadas por parte da organização detentora da Certificação LIFE e dos Créditos LIFE de Biodiversidade por ele certificados. Após aprovação na auditoria e emissão do certificado, o Organismo Certificador deve solicitar o Selo de Certificação LIFE ao Instituto LIFE e repassá-lo à organização certificada, juntamente com esse Manual de Comunicação.

4.2. ORGANIZAÇÕES COM CERTIFICAÇÃO LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE

A logo institucional pode ser utilizada em relatórios corporativos, quando a empresa possua pelo menos uma unidade de negócio, sempre acompanhada da informação sobre qual(is) unidade(s) de negócio é detentora da certificação.

O Selo de Certificação LIFE deve ser solicitado ao Organismo Certificador após parecer favorável para obtenção do certificado em auditoria. Este selo pode ser utilizado apenas enquanto o Certificado LIFE estiver dentro de seu prazo de validade.

É permitido o uso do Selo de Certificação LIFE em materiais publicitários, embalagens e produtos apenas vinculados à unidade certificada, sempre seguido da mensagem:

Nos casos B2B o uso é permitido em embalagens secundárias:

“Conteúdo proveniente de empresa Certificada LIFE. Nome Empresa – Código LIFE.BB.ANO.Nº”.

Nos casos B2C, a mensagem deve ser clara, a fim de não causar dúvidas ao consumidor final, sempre se referindo ao ‘produto’ proveniente de uma unidade Certificada LIFE:

“*Produto** proveniente de empresa Certificada LIFE. Nome Empresa / Código LIFE.BB.ANO.Nº”

** Adaptar a mensagem conforme a situação (embalagem, produto, revista, livro, material, etc.).*

Em caso de empreendimentos que possuam mais de uma Unidade de Negócio, apenas a Unidade de Negócio detentora da Certificação LIFE poderá, em seu material publicitário corporativo e de comunicação interna ou externa a título de unidade, utilizar o Selo de Certificação LIFE respeitando as regras aplicáveis deste documento. Caso a organização possua mais de uma Unidade de Negócio, sendo que nem todas possuam a Certificação LIFE, o Selo de Certificação LIFE pode ser exibido em material publicitário corporativo e de comunicação interna ou externa a título da organização, sempre e quando acompanhada da informação

sobre qual(is) Unidade(s) de Negócio da organização é/são detentora(s) do Certificado LIFE de forma clara e explícita.

O Instituto LIFE não pode ser responsabilizado por processos de gestão, produção ou divulgação por parte da Organização Certificada LIFE, em função do mau uso do Selo de Certificação LIFE. O Instituto LIFE disponibiliza um canal de denúncia aberto ao público em seu website. Caso seja detectado algum desvio em relação às diretrizes estabelecidas ou em qualquer situação em que o Selo de Certificação seja utilizado de maneira a causar prejuízo à imagem e credibilidade do Instituto e da Certificação LIFE, o Organismo Certificador responsável e/ou Instituto LIFE solicitarão ações corretivas ou a suspensão do seu uso.

Os padrões relativos a tamanho, cores, proporções, textos, fontes e outras especificações são apresentados abaixo e devem sempre obedecer ao padrão original, não podendo ser alterados ou traduzidos. O tamanho mínimo do selo de certificação deve ser respeitado, pois é uma forma de garantir sua legibilidade. O arquivo do selo já apresenta arejamento necessário para permitir a existência de um espaço a seu redor, e o arquivo não deve ser cortado, garantindo seu destaque em meio a outras informações de um documento ou material de divulgação.



redução máxima sugerida
altura na proporção > 2 cm
altura na proporção > 200 pixels



Seguem abaixo mensagens pré-aprovadas relacionadas à Certificação LIFE. Caso a organização portadora da Certificação LIFE tenha dúvidas ou deseje incluir mais detalhes sobre sua certificação em qualquer meio de divulgação, o organismo certificador responsável por seu certificado deve ser consultado para validação e/ou esclarecimentos.

Exemplos de mensagens que podem ser utilizadas sobre a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade:



MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE A METODOLOGIA E A CERTIFICAÇÃO LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE

- A.** As ações em conservação da biodiversidade exigidas pela Metodologia de Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade representam um desempenho mínimo necessário para compensação da pressão exercida pela organização e leva em consideração o porte da organização.
- B.** A Metodologia de Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade avalia de forma quantitativa e qualitativa o desempenho da organização em conservação da biodiversidade.
- C.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade avalia e monitora o desempenho positivo da organização em relação à biodiversidade.
- D.** Boas práticas setoriais para a conservação da biodiversidade são exigidas como parte da política de compras da empresa com Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade.
- E.** A Metodologia e a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade disponibilizam ao setor empresarial um instrumento que associa conservação da biodiversidade aos negócios.
- F.** O sistema de Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade tem como objetivo engajar a comunidade empresarial na conservação da biodiversidade.
- G.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é uma ferramenta com foco em questões ligadas diretamente à conservação da biodiversidade.
- H.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é uma ferramenta inovadora que promove um processo de aproximação entre empresas e conservação da biodiversidade.
- I.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade baseia-se em uma metodologia consistente e robusta, em requisitos técnicos e científicos e em ações efetivas de conservação da biodiversidade.
- J.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade reconhece que a conservação da biodiversidade foi incorporada ao sistema de gestão da organização.
- K.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é uma ferramenta que promove ações concretas de conservação da biodiversidade, sendo aplicável a empresas de qualquer porte ou setor.
- L.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é pautada em diretrizes internacionais para a conservação – inseridas em um sistema de priorização das ecorregiões mais ameaçadas em cada país.
- M.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade tem como hierarquia de gestão de impacto os seguintes passos: evitar, reduzir, mitigar, recuperar e compensar.
- N.** Para obtenção da Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade, a empresa deve procurar um Organismo Certificador independente e credenciado pelo Instituto LIFE para processo de auditoria.
- O.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade tem validade de 5 anos e conta com auditorias

**MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE A METODOLOGIA E A CERTIFICAÇÃO
LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE**

anuais de acompanhamento.

- P.** Para obter a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade o desempenho mínimo em ações de conservação deve ser maior que a pressão exercida pela organização.
- Q.** A Metodologia para a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade leva em conta em seu cálculo de pressão, cinco aspectos ambientais: geração de resíduos, emissão de gases de efeito estufa, consumo de água, utilização de energia e ocupação da área.
- R.** A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade integra negócios e conservação da biodiversidade.
- S.** A Metodologia para a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade apresenta um sistema de pontuação para as ações de conservação que leva em conta as prioridades nacionais e internacionais de conservação.
- T.** As ações em conservação implementadas pela organização para obtenção da Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade representam um desempenho mínimo coerente com os impactos da organização.

Todas as mensagens acima podem ser adaptadas para o conceito “*Nature Positive*”, sempre vinculando à Metodologia LIFE e, somente, quando a empresa comprova o resultado positivo do seu balanço em biodiversidade.

Exemplos de mensagens que NÃO podem ser utilizadas sobre a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade:



MENSAGENS NÃO AUTORIZADAS SOBRE A CERTIFICAÇÃO LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE

MENSAGEM NÃO AUTORIZADA	JUSTIFICATIVA	EXEMPLO
Qualquer mensagem que mencione ou infira que a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é concedida pelo Instituto LIFE.	A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é outorgada ou concedida por um organismo certificador independente.	“A organização (x) recebe Certificação de Negócios e Biodiversidade concedida pelo Instituto LIFE”. 
Qualquer mensagem que infira que a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade garante/atesta a sustentabilidade da organização, do uso de recursos naturais pela organização certificada ou de seus fornecedores.	A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é um instrumento que contribui para a busca da sustentabilidade.	“A organização (x), certificada LIFE, é reconhecida por suas práticas sustentáveis. A organização (x) é sustentável, sendo certificada LIFE”. 
Qualquer mensagem que ateste a responsabilidade social/socioambiental da organização.	A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade não atesta a responsabilidade socioambiental da organização.	“Organização (x) recebe a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade por cumprir critérios de responsabilidade socioambiental”. 
Qualquer mensagem que ateste que os produtos são Certificados LIFE.	A Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade não é certificação de produto e sim de processo.	“A organização (x) comercializa produtos certificados LIFE”. 
Qualquer mensagem que faça referência à neutralização dos impactos da organização ou à suficiência das ações em conservação para compensá-los.	As ações em conservação exigidas pela Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade representam um desempenho mínimo coerente com os impactos da organização, porém, não garantem sua neutralização.	“Os impactos à biodiversidade da organização são neutralizados pela realização de ações em conservação”. 
Qualquer mensagem que mencione ou infira que a Certificação LIFE de Negócios e Biodiversidade é uma certificação de sustentabilidade ambiental.	A Certificação LIFE deve ser mencionada como uma certificação para a conservação da biodiversidade e manutenção dos serviços ecossistêmicos.	“A empresa obteve uma certificação de sustentabilidade ambiental”. 

4.3. CRÉDITOS LIFE DE BIODIVERSIDADE

Exemplos de mensagens que podem ser utilizadas sobre os Créditos LIFE de Biodiversidade:



MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE OS CRÉDITOS LIFE DE BIODIVERSIDADE

- A. Os Créditos LIFE de Biodiversidade representam os esforços e resultados em conservação em uma determinada área, considerando sua importância para a biodiversidade e a qualidade do manejo nela realizada.
- B. Os Créditos LIFE de Biodiversidade refletem a eficácia dos projetos de biodiversidade implementados em uma determinada área, considerando adicionalidade e permanência.
- C. As áreas geradoras dos Créditos LIFE de Biodiversidade são auditadas anualmente pelos Organismos Certificadores Acreditados LIFE, garantindo integridade, rastreabilidade e materialidade dos créditos.
- D. Os Créditos LIFE de Biodiversidade são emitidos por organismos certificadores independentes, acreditados pelo Instituto LIFE.
- E. A gestão dos Créditos LIFE de Biodiversidade é realizada pelo Instituto LIFE através da Plataforma de Créditos LIFE de Biodiversidade.
- F. Os detentores dos Créditos LIFE de Biodiversidade são organizações jurídicas ou pessoas físicas que possuem o documento de titularidade dos créditos em seu nome.

4.4. PARCEIROS COLIGADOS

Parceiros coligados são organizações que estabeleceram um contrato de parceria como Instituto LIFE como membros da Coalizão LIFE de Negócios & Biodiversidade.

Cada coligado pode utilizar em sua comunicação o selo referente à categoria à qual pertence, mantendo o padrão de cores, mensagem e redução máxima permitida.



redução máxima sugerida
altura na proporção > 2 cm
altura na proporção > 200 pixels

Exemplos de mensagens que podem ser utilizadas sobre a Coalizão LIFE de Biodiversidade:



MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE A COALIZÃO LIFE DE NEGÓCIOS & BIODIVERSIDADE

- A. A (nome da empresa) é membro da Coalizão LIFE de Negócios & Biodiversidade, uma iniciativa global formada por empresas comprometidas em acelerar a inserção da biodiversidade nos negócios, através de ações concretas e soluções transformadoras desenvolvidas pelo Instituto LIFE.
- B. A Coalizão LIFE de Negócios & Biodiversidade promove a transformação positiva nas corporações, favorecendo o escalonamento de práticas e investimentos em biodiversidade.
- C. A Coalizão LIFE de Negócios & Biodiversidade promove o compartilhamento de boas práticas e de estratégias em conservação da biodiversidade entre lideranças setoriais.

4.5. USUÁRIOS DO SISTEMA LIFE KEY

Exemplos de mensagens que podem ser utilizadas sobre o uso da Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade e do software LIFE Key:



MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE A METODOLOGIA LIFE DE NEGÓCIOS E BIODIVERSIDADE

- A. (Nome da organização) utiliza a Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade para avaliar a sua gestão da biodiversidade.
- B. (Nome da organização) aplica a Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade para conhecer os impactos e dependências, riscos e oportunidades relacionados à biodiversidade e aos serviços ecossistêmicos.
- C. (Nome da organização) utiliza as métricas da Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade e do sistema LIFE Key para a tomada de decisões efetivas em conservação da natureza, redução e mitigação de impactos à biodiversidade.
- D. A Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade identifica, quantifica e monitora as pressões que as atividades da organização exercem sobre a biodiversidade.
- E. A Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade avalia de forma quantitativa e qualitativa o desempenho da organização em biodiversidade.
- F. A (nome da empresa) utiliza a Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade para avaliar e monitorar seu desempenho em relação à biodiversidade.
- G. (Nome da organização) utiliza o sistema LIFE Key, uma ferramenta que permite, de forma clara e objetiva que a organização avalie os impactos, metas, engajamento e resultados em conservação da biodiversidade.
- H. O sistema LIFE Key facilita a transparência na comunicação e reporte corporativo em biodiversidade
- I. A Metodologia LIFE é pautada em diretrizes internacionais para a conservação – inseridas em um sistema de priorização das ecorregiões mais ameaçadas em cada país.
- J. A Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade apresenta um sistema de pontuação para as ações de conservação que leva em conta as prioridades nacionais e internacionais de conservação.
- K. A Metodologia LIFE de Negócios e Biodiversidade leva em conta em seu cálculo de pressão, cinco aspectos ambientais: geração de resíduos, emissão de gases de efeito estufa, consumo de água, utilização de energia e ocupação da área.
- L. A Metodologia LIFE é uma forma da empresa avaliar se o seu negócio é *Nature Positive*.
- M. A Metodologia LIFE permite emitir Créditos de Biodiversidade.

4.6. ORGANIZAÇÕES COM CERTIFICAÇÃO LIFE DE GESTÃO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL

Exemplos de mensagens que podem ser utilizadas sobre o uso da Metodologia e a Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável:



MENSAGENS AUTORIZADAS SOBRE A METODOLOGIA E A CERTIFICAÇÃO LIFE DE GESTÃO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL

- A. (Nome da organização) utiliza a Metodologia LIFE de Gestão Territorial Sustentável para fazer um diagnóstico da sua gestão nos âmbitos dos 4 pilares da sustentabilidade (ambiental, social, cultural e econômico).
- B. A Metodologia LIFE de Gestão Territorial Sustentável identifica, quantifica e monitora as pressões que as atividades da organização exercem sobre o território e sua área de influência.
- C. A Metodologia LIFE de Gestão Territorial Sustentável avalia de forma quantitativa e qualitativa o desempenho da organização na sustentabilidade territorial.
- D. A Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável avalia e monitora o desempenho da organização em relação à sustentabilidade territorial.
- E. Boas práticas territoriais para a sustentabilidade são exigidas como parte da política organizacional da organização na Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável.
- F. O sistema de Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável tem como objetivo engajar os atores, usuários do Padrão e as partes interessadas na Aliança Territorial.
- G. A Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável é uma ferramenta com foco em questões ligadas diretamente à sustentabilidade territorial.
- H. A Metodologia LIFE de Gestão Territorial Sustentável é uma ferramenta inovadora que promove um processo de aproximação entre organizações e diferentes atores do território.
- I. A Certificação LIFE de Gestão Territorial reconhece que a Gestão Territorial Sustentável foi incorporada ao sistema de gestão da organização.
- J. A Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável é uma ferramenta que promove ações concretas de sustentabilidade territorial, sendo aplicável a organizações de qualquer porte ou setor, pública ou privada em áreas urbanas ou rurais.
- K. Para obtenção da Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável, a empresa deve procurar um Organismo Certificador independente e credenciado pelo Instituto LIFE para processo de auditoria.
- L. A Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável tem validade de 5 anos e conta com auditorias anuais de acompanhamento.

Exemplos de mensagens que NÃO podem ser utilizadas sobre a Metodologia e a Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável:

 MENSAGENS NÃO AUTORIZADAS SOBRE A CERTIFICAÇÃO LIFE DE GESTÃO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL		
MENSAGEM NÃO AUTORIZADA	JUSTIFICATIVA	EXEMPLO
Qualquer mensagem que mencione ou infira que a Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável é concedida pelo Instituto LIFE	A Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável é outorgada ou concedida por um organismo certificador independente.	“A organização (x) recebe Certificação de Gestão Territorial Sustentável concedida pelo Instituto LIFE” 
Qualquer mensagem que ateste que os produtos e processos da organização são Certificadas LIFE	A Certificação LIFE Gestão Territorial Sustentável não é certificação de produto	“A organização (x) comercializa produtos certificados LIFE” 
Qualquer mensagem que mencione ou infira que a Certificação LIFE de Gestão Territorial Sustentável é uma certificação de sustentabilidade ambiental	A Certificação LIFE deve ser mencionada como uma certificação para a gestão sustentável do território.	“A empresa obteve uma certificação de sustentabilidade ambiental” 

INFORMAÇÕES SOBRE O DESENVOLVIMENTO DESTES DOCUMENTOS

Versão 1.0: aprovada em 28/03/2024, pelo Conselho Diretor do Instituto LIFE. Emissão inicial do documento.