Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
Fødevarestyrelsen

DESIGN-MANUAL

Dyrevelfærdsmærket

Bedre Dyrevelfærd

VERSION 1.6
NOVEMBER 2024

INDHOLDSFORTEGNELSE

Side 3 Introduktion

Side 4 Mærket er forbrugertestet

Side 5 Identitet og udformning

Side 6 Typografi til supplerende tekst, budskaber og fakta-tekster

Side 7 Grundlogo

Side 8 Grundlogo Frizone

Side 9 Grundlogo hældning og skygge

Side 10 Korrekt brug af Grundlogoet

Side 11 Forkert brug af Grundlogoet

Side 12 Korrekt brug af grundlogo ved generel markedsføring

Side 13 Produktlogoerne

Side 14 Produktlogoerne Frizone

Side 15 Produktlogoer hældning og skygge

Side 16 Korrekt brug af produktlogoerne

Side 17 Forkert brug af produktlogoerne

Side 18 Anvendelse af produktlogoerne i tilknytning til et produkt

Side 19 Anvendelse af produktlogoerne uden tilknytning til et produkt

Side 20 Budskaber og fakta-tekster

Side 21 Fotodatabase i Skyfish

Side 22 Kontakt

INTRODUKTION

Dyrevelfærdsmærket er Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeris registrerede varemærke og består af et grundlogo – se eksempel A – samt tre produktlogoer – se eksempel B. Dyrevelfærdsmærkets navn er "Bedre Dyrevelfærd".

Designmanualen beskriver den korrekte anvendelse af Dyrevelfærdsmærkets visuelle design med udgangspunkt i alle tænkelige brugsscenarier. Dette for at sikre konsekvent og korrekt brug af designelementerne.

Dyrevelfærdsmærket kan downloades gratis fra: www.bedre-dyrevelfærd.dk.

Dyrevelfærdsmærket skal gøre det nemmere for forbrugerne at finde og vælge fødevarer, der er produceret under hensynstagen til dyrevelfærd.

Der skelnes mellem tre niveauer af Dyrevelfærdmærket:
1 hjerte, 2 hjerter og 3 hjerter.
Kravene for at få henholdvis 1, 2 eller 3 hjerter kan læses i Bekendtgørelsen om frivillig dyrevelfærdsmærkningsordning samt på www.bedre-dyrevelfærd.dk.

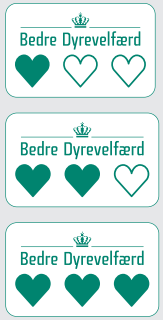
Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri ejer Dyrevelfærdsmærket, der kun må anvendes i overensstemmelse med denne designmanual.

Ingen afgifter eller gebyrer
Det er gratis at anvende Dyrevelfærdsmærket, hvis reglerne om Dyrevelfærdsmærket og designmanualen er overholdt.

Reglerne for Dyrevelfærdsmærket findes i Bekendtgørelsen om frivillig dyrevelfærdsmærkningsordning.

A. Grundlogo

B. Produktlogoer



MÆRKET ER FORBRUGERTESTET

Analysebureauet YouGov har i september 2016 gennemført en repræsentativ kvantitativ undersøgelse om danskernes holdning til Dyrevelfærdsmærket.

Formålet med undersøgelsen var bl.a. at sikre, at forbrugerne kan afkode Dyrevelfærdsmærket – herunder grundlogoet og de 3 produktlogoer.

Fødevarestyrelsen gennemfører løbende YouGov-undersøgelser om kendskab og tillid til mærket.

Hovedpointer fra undersøgelsen
Undersøgelsen fra 2016 viste, at det overordnede grundlogo og de 3 produktlogoer fungerer efter hensigten; forbrugerpanelet forbandt Dyrevelfærdsmærket med dyrevelfærd og forstod det umiddelbart.

Undersøgelsen viste tillige, at afkodeligheden foregår hurtigt, og at panelet i øvrigt associerede logoet med noget positivt.

Derudover forstod panelet gradueringerne via hjerterne i de enkelte produktlogoer. Gradueringen giver forbrugerne mulighed for at vælge dyrevelfærd til på forskellige niveauer afhængig af deres pengepung, modtagelighed og interesse for området. Undersøgelsen viste endvidere, at Dyrevelfærdsmærket forbindes med troværdighed og vækker tillid.

Endelig udtrykte panelet villighed til at betale lidt mere for de dyrevelfærdsmærkede produkter.

Konklusion og opfordring
Undersøgelsen indikerer tydeligt, at Dyrevelfærdsmærket fungerer efter hensigten. Det er enkelt at afkode og efterlader forbrugeren med de rigtige indtryk.

Det sandsynliggør, at Dyrevelfærdsmærket vil kunne skabe præference, berige produkterne og bidrage til bedre dyrevelfærd.

Dette øger muligheden for at forvandle holdning til handling, når forbrugeren møder mærket på emballager og i kølediskeen. For det er jo ikke mindst på produkterne og i butikken, at slaget for bedre dyrevelfærd skal slås.

IDENTITET OG UDFORMNING

Grundlogoet og de 3 produktlogoer er registrerede varemærker.

De enkelte designelementer i henholdsvis grundlogoet og de 3 produktlogoer må ikke benyttes hver for sig eller kombineres på anden måde, end det er vist her.

Grundlogoet og produktlogoernes proportioner og definitioner skal fastholdes, som vist i eksemplerne til højre, uanset størrelse.

Grundlogoet og produktlogoerne kan begge downloades gratis herfra: www.bedre-dyrevelfærd.dk.

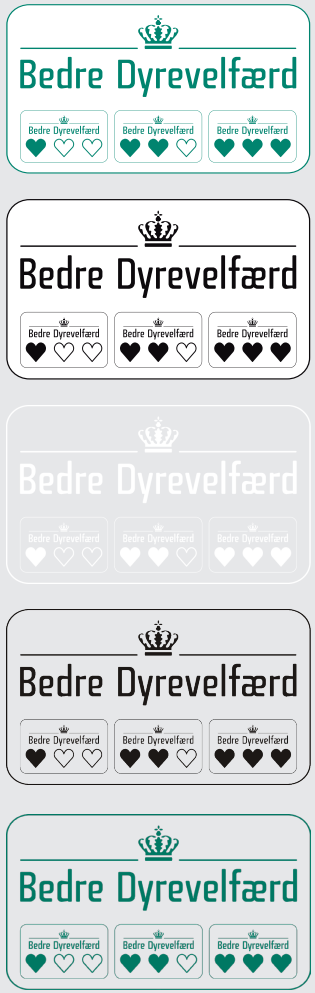
Farvekoder
Grundlogoet og de 3 produktlogoer skal altid gengives i:

CMYK: C:88 M:25 Y:64 K:10

Pantone: 3295
- afhængigt af hvilket trykmateriale Dyrevelfærdsmærket skal trykkes på, anvendes der henholdsvis 3295 U (Uncoated) eller 3295 C (Coated)

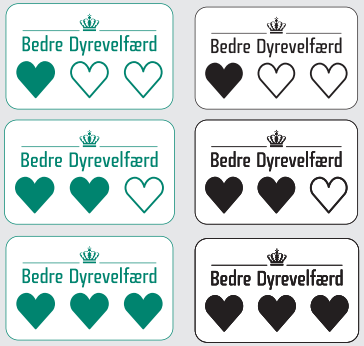
3295	HVID	SORT

Grundlogoet



Anvendes ved generisk markedsføring af Dyrevelfærdsmærket.
Se regler herfor side 7.

Produktlogoer



Anvendes på emballager og markedsføringsmateriale i direkte tilknytning til et mærket produkt.
Se regler herfor side 13.

TYPOGRAFI TIL SUPPLERENDE TEKST, BUDSKABER OG FAKTA-TEKSTER

Skrifttypen FISHMONGER CONDENSED SEMIBOLD er anvendt til at skrive "Bedre Dyrevelfærd" på grundlogoet og de 3 produktlogoer.

For at sikre ensartethed i brugen af skrifttyper anvendes typografierne Arial Regular eller Arial Bold til supplerende tekst, budskaber og fakta-tekster.

Andre skrifttyper til kampagnemateriale kan vælges efter aftale med Fødevarestyrelsen.

FISHMONGER CONDENSED SEMIBOLD

abcdefghijklmopqrstuvwxzæøå
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXZÆØÅ
0123456789!”#%&/()=?

ARIAL REGULAR

abcdefghijklmopqrstuvwxzæøå
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXZÆØÅ
0123456789!”#%&/()=?

ARIAL BOLD

abcdefghijklmopqrstuvwxzæøå
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXZÆØÅ
0123456789!”#%&/()=?

GRUNDLOGO

Grundlogoet anvendes ved markedsføring og generel reklame for produkter, der opfylder reglerne for Dyrevelfærdsmærket.

Såfremt det er muligt, skal grundlogoet i eksempel A benyttes.

Grundlogoet må ikke anvendes på fødevareemballager - læs mere s. 10-13.

Eksempel A

Eksempel B

Eksempel C

Eksempel D

Eksempel E

GRUNDLOGO FRIZONE

Der er defineret en frizone omkring grundlogoet.

Der må som udgangspunkt ikke placeres anden information inden for denne frizone.

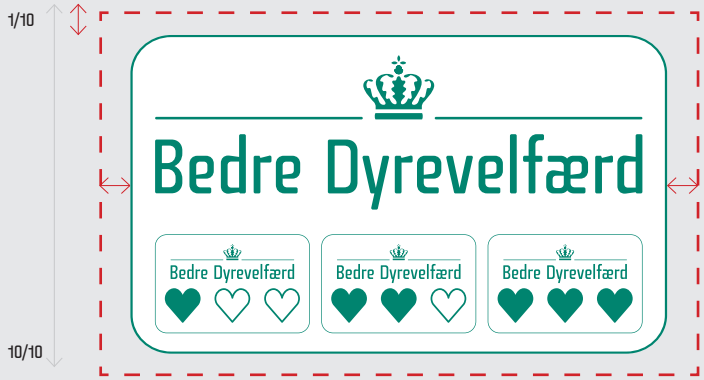
Fødevarestyrelsen forbeholder sig dog retten til at se bort fra frizonen i forbindelse med kampagner.

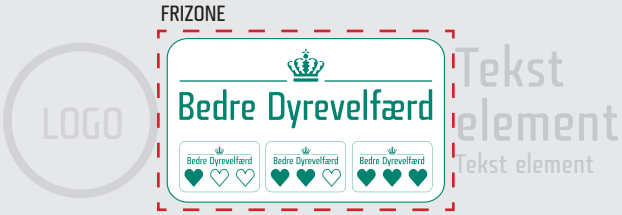
Bredden af frizonen svarer til 1/10 af logoets højde.

Der kan placeres tekst eller andre logoer lige op ad frizonen, dog under forudsætning af, at tekst og mærker ikke krænker Dyrevelfærdsmærkets koncept og intention.

Kontakt ved tvivl bedre-dyrevelfaerd@fvst.dk.

Den røde ramme viser grundlogoets frizone.





Der kan placeres tekst eller andre logoer lige op ad frizonen, dog under forudsætning af, at tekst og mærker ikke krænker Dyrevelfærdsmærkets koncept og intention.

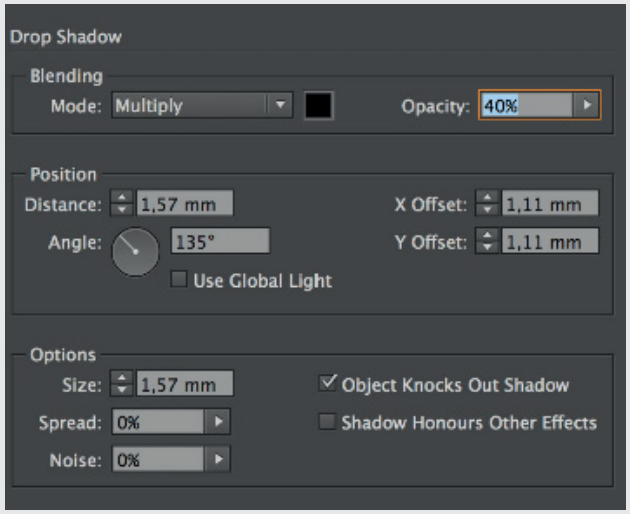
GRUNDLOGO HÆLDNING OG SKYGGE

Hældning
Grundlogoet kan anvendes i en lige eller tiltet udgave.

Den tiltede version skal have en rotering på 7° mod venstre.

Skygge
Grundlogoet kan anvendes med eller uden skygge.

Indstillinger af drop shadow på logo:



KORREKT BRUG AF GRUNDLOGOET

Grundlogoet kan anvendes i 4 udgaver: Med grøn tekst, uden farve/sort, hvid/negativ tekst eller sort/negativ tekst.

Grundlogoet består af følgende elementer:
- Ministeriets krone
- Bedre Dyrevelfærd
- De tre produktlogoer med henholdsvis 1, 2 og 3 hjerter

Såfremt det er muligt, skal grundlogoet gengives i farve, dvs. pantone 3295.

Sort bør kun anvendes, når der ikke anvendes farvetryk.

Frizonen skal altid respekteres.

Hjertet må kun bruges i form af grundlogo eller produktlogo. Hvis hjertet bruges som et enkeltstående hjerte, skal det have samme streg som i grund- eller produktlogo og enten være grønt eller hvidt.

Logoerne i hvid/negativ, sort/negativ og grøn/negativ må kun anvendes på "neutrale" baggrunde såsom hvid, lysegrå, lysebrun eller lignende. Baggrunden må således ikke krænke Dyrevelfærdsmærkets koncept og intention, herunder den visuelle identitet, jfr. side 5.

Undgå desuden at placere de to logoer på baggrunde med mønstre, da dette kan forvrænge logoets udtryk.

Kontakt ved tvivl bedre-dyrevelfaerd@jfvst.dk.

Såfremt det er muligt, skal grundlogoet gengives i farver, dvs. pantone 3295.

Sort bør kun anvendes, når der ikke anvendes farvetryk.

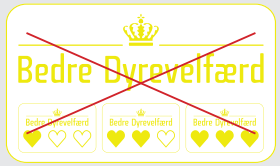
Alternativt kan grundloget anvendes med hvid/negativ tekst, sort/negativ tekst eller grøn/negativ tekst.

FORKERT BRUG AF GRUNDLOGOET

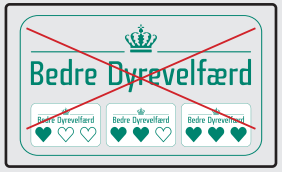
Minimumsstørrelse
Grundlogoet skal have en højde på minimum 20 mm for at sikre optimal kvalitet på det trykte materiale. Logoet skal fremstå klart og tydeligt.

Den, der anvender grundlogoet i markedsføring, er ansvarlig for at følge reglerne for korrekt brug af logoet.

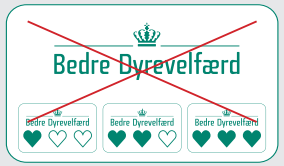
"Bedre Dyrevelfærd" må aldrig stå uden produktlogerne.



Der må ikke anvendes andre farver end de angivne, se s. 5.

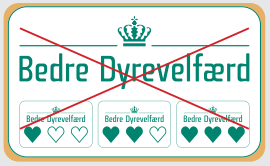


Der må ikke lægges en firkant rundt om grundlogoet.

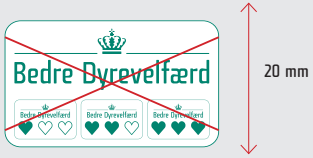


Produktlogoerne må ikke sættes op i størrelse. Ligeledes må "Bedre Dyrevelfærd" heller ikke afvige i størrelsesforhold i forhold til det angivne.

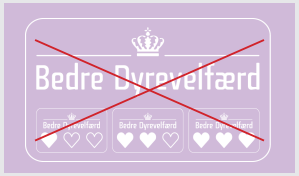
Rammen rundt om logoet må ikke fjernes



Rammen rundt om logoet må ikke forstørres eller ændres i farven.



Grundlogoet skal have en højde på minimum 20 mm for at sikre optimal kvalitet på det trykte materiale. Logoet skal fremstå klart og tydeligt.



Logoet i hvid/negativ og sort/negativ må ikke anvendes på en farvet baggrund.

Logoet i hvid/negativ og sort/negativ må ikke anvendes på en mønstret baggrund.

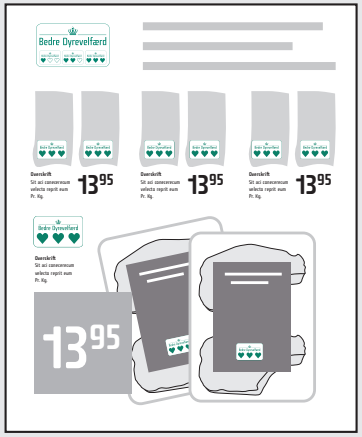
KORREKT BRUG AF GRUNDLOGO VED GENEREL MARKEDSFØRING

Skiltning i butik:
Generisk markedsføring af grundlogoet i butik må kun finde sted i områder med mærkede produkter – eksempelvis på loft-skilte m.m.; se eksempel A.
I forbindelse med skiltning i butik skal man være tro mod den samlede designpakke.

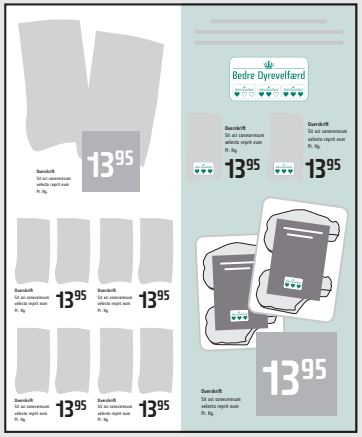
Reklame- eller tilbudsavis og lignende:
Hvis der gøres brug af grundlogoet, skal det på den angivne side kunne relateres til dyrevelfærdsmærkede produkter, der bærer det relevante produktlogo. Desuden skal der vises en tydelig afgrænsning til øvrige produkter på den angivne side; se eksempel B og C.

Generel markedsføring
I alle øvrige sammenhænge kan grundlogoet anvendes, så længe reglerne i denne design-manual er opfyldt.

A: Generisk markedsføring af logo i butik må kun finde sted i områder med mærkede produkter - eksempelvis loftskilte m.m.



B: Hvis der gøres brug af grundlogoet, skal det på den angivne side kunne relateres til produkter, der bærer produktlogoet.



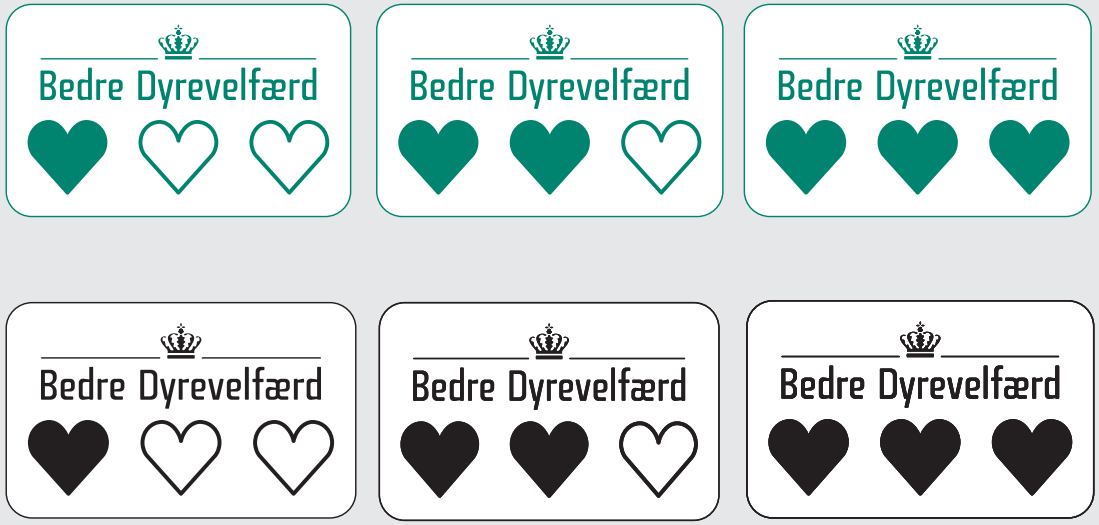
C: Hvis der gøres brug af grundlogoet, skal der vises en tydelig afgrænsning til øvrige produkter på den angivne side.

PRODUKTLOGOERNE

Produktlogoerne må anvendes på selve fødevareemballagen eller på skiltning/ markedsføringsmateriale med direkte forbindelse til den mærkede fødevare.

Der skelnes mellem tre niveauer af dyrevelfærd: 1 hjerte, 2 hjerter, 3 hjerter. Reglerne for at få henholdvis 1, 2 eller 3 hjerter kan læses på www.bedre-dyrevelfærd.dk.

Kontakt ved tvivl bedre-dyrevelfaerd@fvst.dk.



PRODUKTLOGOERNE FRIZONE

Der er defineret en frizone omkring de 3 produktlogoer.

Der må som udgangspunkt ikke placeres anden information inden for denne frizone.

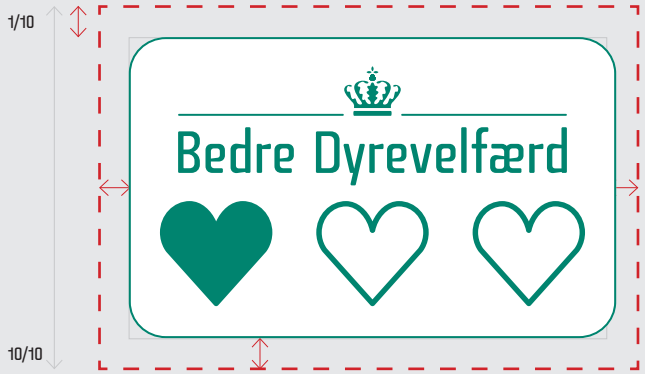
Fødevarestyrelsen forbeholder sig retten til at se bort fra frizonen i forbindelse med kampagnemateriale.

Bredden af frizonen svarer til 1/10 af det enkelte produktlogos højde.

Der kan placeres tekst eller andre logoer lige op ad frizonen, dog under forudsætning af, at tekst og mærker ikke krænker Dyrevelfærdsmærkets koncept og intention.

Kontakt ved tvivl bedre-dyrevelfaerd@fvst.dk.

Den røde ramme viser produktlogoets frizone.

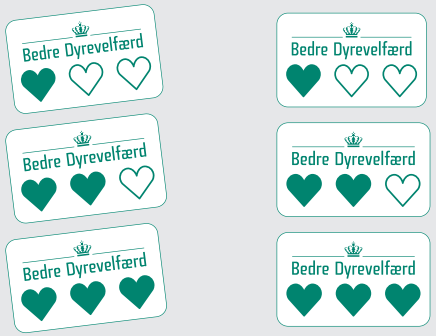


Der kan placeres tekst eller andre logoer lige op ad frizonen, dog under forudsætning af, at tekst og mærker ikke krænker Dyrevelfærdsmærkets koncept og intention.

PRODUKTLOGO HÆLDNING OG SKYGGE

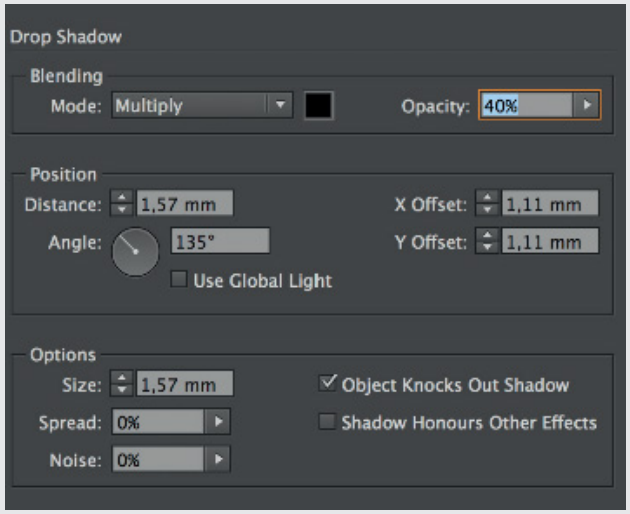
Hældning
Produktlogoerne kan anvendes i en lige eller tiltet udgave.

Den tiltede version skal have en rotering på 7° mod venstre.



Skygge
Produktlogoerne kan anvendes med eller uden skygge.

Indstillinger af drop shadow på logo:



KORREKT BRUG AF PRODUKTLOGOERNE

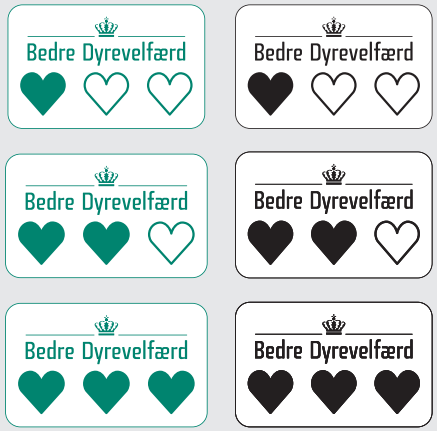
Produktlogoerne kan anvendes i 2 udgaver:
Med grøn eller sort tekst.

Produktlogoerne består af 3 forskellige udgaver:
- 1 udfyldt hjerte
- 2 udfyldte hjerter
- 3 udfyldte hjerter

Såfremt det er muligt, skal produktlogoerne gengives i farver, dvs. pantone 3295.

Sort bør kun anvendes, når der ikke anvendes farvetryk.

Frizonen skal respekteres.



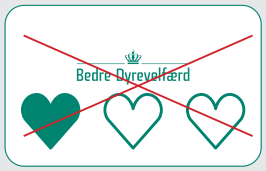
Såfremt det er muligt, skal produktlogoerne gengives i farver, dvs. pantone 3295.

Sort bør kun anvendes, når der ikke anvendes farvetryk.

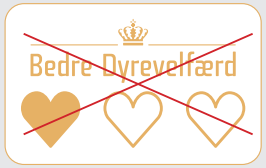
FORKERT BRUG AF PRODUKTLOGOERNE

Minimumsstørrelse
Hvert enkelt produktlogo skal som minimum have en højde på 10 mm for at sikre optimal kvalitet på det trykte materiale. Logoet skal fremstå klart og tydeligt.

Den, der anvender de tre produktlogoer, er ansvarlig for at følge reglerne for korrekt brug af logoerne.

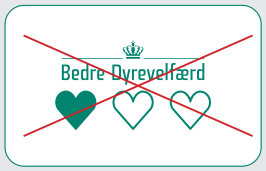


"Bedre Dyrevelfærd" må ikke gøres mindre eller større ift. hjerterne.



Der må ikke anvendes andre farver end de angivne, se s. 5.

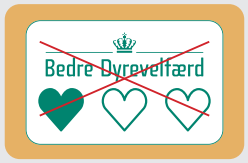
Produktlogoerne må ikke beskæres, så rammen rundt om forsvinder.



Den grønne kasse rundt om må ikke forstørres op eller gøres mindre ift. "Bedre Dyrevelfærd" og de 3 hjerter.

Produktlogoerne skal som minimum have en højde på 10 mm. for at sikre optimal kvalitet på det trykte materiale. Logoet skal fremstå klart og tydeligt.

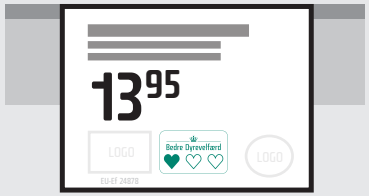
Den hvide kasse må ikke fjernes.



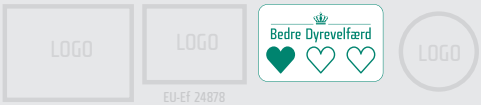
Rammen rundt om logoet må ikke forstørres eller ændres i farven

ANVENDELSE AF PRODUKTLOGOERNE I TILKNYTNING TIL ET PRODUKT

Produktlogoerne vist på hyldeforkant, skiltning og øvrig markedsføring
Det er tilladt at bruge mærkningen på hyldeforkanter, skiltning mv., såfremt dette er placeret lige ved siden af produktet.



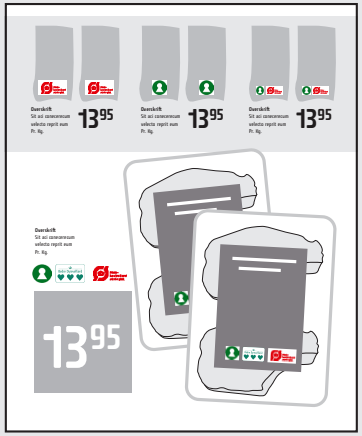
Produktlogoerne må ikke fremstå mindre end andre mærkningsordninger.



Fødevarer med emballage
Produktlogoet skal placeres på forsiden, men kan om nødvendigt placeres på bagsiden. Logoet skal anvendes i lige udgave.

Fødevarer uden emballage
Fødevarer, der sælges uden indpakning, kan mærkes med produktlogoet via skiltning i umiddelbar nærhed af de produkter, som kan mærkes.

Brug af produktlogoerne sammen med andre mærker
Dyrevelfærdsmærket kan bruges sammen med andre mærkningsordninger, f.eks. Økologi, Nøglehullet m.fl. Se reglerne for frizonen i forbindelse hermed på side 14. Logoet skal anvendes i lige udgave.



ANVENDELSE AF PRODUKTLOGOERNE UDEN TILKNYTNING TIL ET PRODUKT

Det er tilladt at anvende produktlogoerne på skiltning, i markedsføringsmaterialer, på digitale medier mv. uden tilknytning til et specifikt produkt såfremt det enkelte logo er repræsenteret med tilhørende budskab og faktatekster.
Se eksempel A.

Grundlogoet og produktlogoerne må optræde sammen - uanset antallet af produktlogoer, se eksempel B.

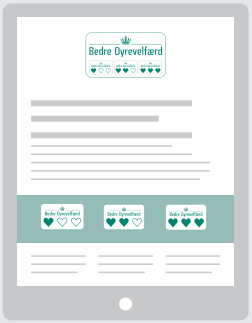
På side 20 findes information om budskaber og faktatekster i oversigts-skema, der passer til hvert produktlogo.

Produktlogerne må bruges uden tilknytning til et produkt, hvis de suppleres af budskaber og faktatekster.

Eksempel A

Grundlogoet og produkt-logoerne må optræde sammen - uanset antallet af produkt-mærker.

Eksempel B



BUDSKABER OG FAKTA-TEKSTER

Overordnet budskab
Det overordnede budskab for Bedre Dyrevelfærd er: **Køb ind med hjertet - og skab bedre dyrevelfærd.**
Dette budskab er vigtigt og skal i videst muligt omfang bruges sammen med grund- og produktlogo.

Produktlogoerne skal altid anvendes sammen med det relevante budskab og mindst én faktatekst, og helst flere, afhængigt af niveau og dyreart.

Budskaber
- 1 Hjerte: Bedre dyrevelfærd
- 2 Hjerter: Endnu bedre dyrevelfærd
- 3 Hjerter: Meget bedre dyrevelfærd

Faktatekster
Der er defineret nogen faktatekster afhængig af antallet af hjerter, som anvendes til at forklare logoerne på markedsføringsmaterialer.

Der skal være overensstemmelse mellem poroduktlogo, budskab og faktatekst, så forbrugerne ikke vildledes.

Bedre Dyrevelfærd

	1 Hjerte	2 Hjerter	3 Hjerter
Produkt-logoerne	Bedre Dyrevelfærd ♥ ♡ ♡	Bedre Dyrevelfærd ♥ ♥ ♡	Bedre Dyrevelfærd ♥ ♥ ♥
Budskab	**Bedre dyrevelfærd**	**Endnu bedre dyrevelfærd**	**Meget bedre dyrevelfærd**
Fakta-tekster gris	Mere plads Mere halm Krølle på halen Bedre staldforhold for søer Kortere transporttid	Endnu mere plads Endnu mere halm Krølle på halen Endnu bedre staldforhold for søer Kortere transporttid	Meget mere plads Meget mere halm Krølle på halen Søer og pattegrise på friland Kortere transporttid Udeareal
Fakta-tekster kylling	Langsommere voksende race Mere plads Øget fokus på trædepuder Kortere transporttid	Langsommere voksende race Endnu mere plads Øget fokus på trædepuder Kortere transporttid Grovfoder eller aktivitetsmateriale	Langsommere voksende race Meget mere plads Øget fokus på trædepuder Kortere transporttid Grovfoder og aktivitetsmateriale Beplantet udeareal
Fakta-tekster kvæg	Bedre staldforhold Mere kontakt mellem kalve Kortere transporttid	Endnu bedre staldforhold Mere kontakt mellem kalve Kortere transporttid Malkekøer på græs	Mere plads i stalden til malkekvæg Meget bedre staldforhold Mere kontakt mellem kalve Kortere transporttid Alle kvæg på græs

Typografien skal være Arial Regular eller Arial Bold. Se side 6.

FOTODATABASE I SKYFISH

Fødevarestyrelsen har udviklet en fotodatabase, som indeholder fotos af dyr med en, to og tre hjerter.

Disse fotos må kun bruges i forbindelse med Det Statslige Dyrevelfærdsmærke.

Fotos fra en besætning med 1-hjerte må kun anvendes ifm. markedsføring af 1-hjertet kød eller besætning.

Fotos fra besætning med to hjerter må kun anvendes ifm. markedsføring af 2-hjertet kød eller besætning.

Fotos fra besætning med tre hjerter må kun anvendes ifm. markedsføring af 3-hjertet kød eller besætning.

Ved generel markedsføring skal fotos fra 1-hjertet besætninger anvendes for at undgå vildledning.

Fotos må redigeres så længe de ikke fremstår vildledende.

Fotos kan anvendes uden at kreditere Fødevarestyrelsen.

Hvis du vil anvende fotos fra databasen, kontakt venligst bedre-dyrevelfaerd@fvst.dk.

TOOLBOX OG KONTAKT

Dyrevelfærdsmærkets toolbox kan downloades via en ftp-server.

Hvis du har spørgsmål eller skal have adgang til ftp-serveren, kontakt venligst bedre-dyrevelfaerd@fvst.dk.