

Bilag 3: Logo-regulativ for Fair Trade Danmark

(Fastsat og ændres af bestyrelsen, jf. vedtægternes §13, stk. 5)

Dette regulativ fastsætter regler for medlemmernes brug af Fair Trade Danmarks logo. Reglerne skal sikre en korrekt og ikke-vildledende anvendelse.

Grundprincippet er enkelt:

Logoet må kun bruges i en sammenhæng, hvor det tydeligt handler om virksomhedens medlemskab af Fair Trade Danmark – og ikke kan opfattes som en egenskab ved de varer, kunden køber.

Hvis logoet vises sammen med produkter eller i en salgssituation, vil en kunde let forstå det som, at varerne er Fair Trade. Det skal vi undgå, fordi vores ordning vedrører medlemskab og praksis i virksomheden – ikke de enkelte produkter.

Kort sagt:

Logoet må ikke få kunden til at tro, at varen er Fair Trade – kun at virksomheden er medlem af Fair Trade Danmark.

Et logo på ruden som butiksskilt kan være i orden, hvis det tydeligt fungerer som **butiksideitet** og ikke som et signal om, at varerne er Fair Trade.

Der opstår risiko, hvis:

- logoet visuelt **hænger sammen med produkter i vinduet**
- det indgår i en **salgsopstilling**
- det er stort/centralt placeret sammen med varer og budskaber

👉 Så kan kunden læse det som:

“Varerne her er Fair Trade”

Det er i gråzonen –

Når:

- logoet sidder **midt på ruden**
- og man **ser varerne direkte bagved**

👉 så opstår der en **visuel kobling mellem logo og produkter**

En gennemsnitskunde vil meget let læse det som:

“Varerne i denne butik er Fair Trade”

Brug følgende formuleringer:

Butikken samarbejder med leverandører, der er medlemmer af Fair Trade-organisationer.

Butikken samarbejder med leverandører, der er medlemmer af Fair Trade-organisationer. Medlemskabet vedrører leverandørens praksis og er ikke en certificering af de enkelte produkter

Vi samarbejder med leverandører, der arbejder efter Fair Trade-principper gennem medlemskab af Fair Trade-organisationer

Logoet kan anvendes i **baggrundsmateriale** (fx hjemmeside, brochurer og informationsplakater), hvor det tydeligt fremgår som udtryk for virksomhedens medlemskab og værdigrundlag. Det må derimod ikke præsenteres i direkte sammenhæng med konkrete produkter eller på en måde, der kan opfattes som en egenskab ved varerne.

Hvad de KAN skrive – men med forsigtighed

⚠ Om produkter (kræver præcis formulering)

Muligt:

- “Produceret af en WFTO-verificeret virksomhed”
- “Leveret af en Fair Trade Danmark-verificeret virksomhed”

👉 MEN:

- skal bruges i **forklarende tekst**
- ikke som label på produkt

🚫 Hvad de IKKE bør skrive

- “Dette er et Fair Trade produkt” ❌
- “Fair Trade vare” ❌
- “Certificeret Fair Trade” (uden certificering) ❌
- Logo som produktmærke ❌

👉 Det vil blive læst som **produktanprisning**

🔑 Bedste “standardformuleringer” (klar til brug)

✅ Sikker version (anbefalet)

“Vi er medlem af WFTO og arbejder efter Fair Trade-principper i hele vores forretning.”

✅ Med lidt mere indhold

“Som medlem af WFTO arbejder vi med producenter på Fair Trade-vilkår og langsigtede samarbejder.”

✅ Hvis produkt nævnes (forsigtig)

“Produktet er leveret af en virksomhed, der er medlem af WFTO og arbejder efter Fair Trade-principper.”

✅ Ekstra sikker (bedst i dag)

“WFTO-medlemskab vedrører virksomhedens praksis og er ikke en certificering af det enkelte produkt.”

🔹 Tommelfingerregel

👉 OK:

- “vi er Fair Trade” (virksomhed)

👉 Ikke OK:

- “dette produkt er Fair Trade”

Mere sikre slogans:

- “Vi arbejder med Fair Trade-principper”
- “Medlem af Fair Trade Danmark”
- “Vi er en Fair Trade-virksomhed” (*bedre end “Vi er Fair Trade”*)
- “Vi arbejder for Fair Trade”

✅ Hvis I vil bevare styrken

Bedste kompromis:

“Vi er en Fair Trade-virksomhed – vores arbejde er baseret på Fair Trade-principper”