



Designmanual Nyckelhålet



Det här är designmanualen för Nyckelhålet. Här hittar du bakgrundsinformation om märkningen och vad den innebär, om Nyckelhålet som varumärke och en guide för hur Nyckelhålet ska användas i märkning och marknadsföring.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

- Vad är Nyckelhålet? 4
- Varumärket Nyckelhålet 8
- Så använder du märket Nyckelhålet 11
- Länkar till mer information och material 21

Vad är Nyckelhålet?

-
- Det här är Nyckelhålet
 - Hur går det till att märka med Nyckelhålet?
 - Produkter som kan märkas med Nyckelhålet

Det här är Nyckelhålet

Nyckelhålet lanserades i Sverige 1989. Märkningen började som en lokal satsning på att förbättra folkhälsan i svenska Västerbotten i mitten av 1980-talet. Idag är Nyckelhålet en nordisk hälsomärkning för livsmedel, där Sverige, Danmark, Norge och Island gemensamt fastställer kriterierna. I Norge och Danmark har Nyckelhålet funnits sedan 2009 och på Island sedan 2013.

Vinsten med att märka med Nyckelhålet

När du utvecklar och marknadsför produkter med Nyckelhålet hjälper du konsumenter att välja hälsosammare mat. Du profilerar också ditt företag och visar att ni vill bidra till hälsosamma matvanor. Ju fler som märker med Nyckelhålet, desto lättare blir det för konsumenter att hitta nyttigare alternativ och påverka sin hälsa. Tillsammans förbättrar vi folkhälsan!

En oberoende märkning för hälsosammare matval

Nyckelhålet är Livsmedelsverkets märkning. Den bygger på den senaste forskningen om de nordiska matvanorna och om vad vi behöver äta för att må bra (de nordiska näringsrekommendationerna, NNR). Nyckelhålet fokuserar på fem olika områden: mindre salt, mindre socker, mer fibrer, mer fullkorn och nyttigare fett. Det är områden som har bevisat stor betydelse för hälsan.

Etablerat och igenkänt

Nästan alla i Sverige – 96% – känner igen Nyckelhålet*. Undersökningar visar att konsumenter anser att det är positivt att det är en oberoende myndighet, Livsmedelsverket, som står bakom Nyckelhålet. Det gör det extra trovärdigt. Nyckelhålet har funnits i Sverige i över 30 år och är etablerat på den svenska marknaden. Nordiska konsumenter upplever det som en styrka att märket finns på produkter på flera marknader i Norden**.

* YouGov – Food and Health. Kännedom och pålitlighet av märkningar inom livsmedel 2010–2019.

** Nordiska konsumenters attityder, behov och förväntningar kring val av och märkning av livsmedel – underlag för utveckling av varumärket Nyckelhålet.



Hur går det till att märka med Nyckelhålet?

Alla produkter som uppfyller kriterierna får märkas med Nyckelhålet. Det är gratis och du behöver inte registrera produkterna innan de märks.

När du vill använda Nyckelhålet på dina produkter ska du följa kriterierna för den produktgrupp som din produkt ingår i. Ibland kan receptet behöva justeras. Det är du som företagare som ansvarar för att din produkt uppfyller kriterierna och att du använder Nyckelhålet på rätt sätt.

Det sker ingen särskild kontroll av de Nyckelhålmärkta produkterna utan de kontrolleras inom ramen för den offentliga livsmedelskontrollen, det vill säga i samband med att din anläggning kontrolleras. Nyckelhålet kan användas på både oförpackade och förpackade produkter och det finns kriterier för 32 produktgrupper. Kriterierna hittar du på www.livsmedelsverket.se. Där finns också Nyckelhålmärket för nedladdning.

Produkter som kan märkas med Nyckelhålet

Nyckelhålet är indelat i olika produktgrupper. Olika livsmedel innehåller olika sorters näring och i olika mängd. Därför skiljer sig kraven åt när det gäller vad livsmedel i olika grupper måste innehålla för att få märkas med Nyckelhålet. Flingor jämförs med flingor, korv med korv, osv. Nyckelhålmärkta produkter inom en viss produktgrupp är alltså ett nyttigare alternativ inom just den gruppen.

Nyckelhålet omfattar 11 huvudgrupper och 32 undergrupper:

- Grönsaker frukt, bär och nötter
- Mjöl, gryn och ris
- Gröt, bröd och pasta
- Mjölk, fermenterade produkter och vegetabiliska alternativ, etc.
- Ost och motsvarande vegetabiliska produkter
- Matfett och oljor
- Fisk och skaldjur och produkter av dessa
- Kött, pålägg, korv, etc.
- Vegetabiliska produkter
- Färdigrätter
- Dressingar och såser

En fullständig lista med alla produktgrupper hittar du på www.livsmedelsverket.se.



Grönsaker frukt, bär och nötter



Mjöl, gryn och ris



Gröt, bröd och pasta



Mjölk, fermenterade produkter och vegetabiliska alternativ, etc.



Ost och motsvarande vegetabiliska produkter



Matfett och oljor



Fisk och skaldjur och produkter av dessa



Kött, pålägg, korv, etc.



Vegetabiliska produkter



Färdigrätter



Dressingar och såser

Varumärket Nyckelhålet

-
- En positiv märkning för alla som vill välja hälsosamt
 - Vad vill vi med varumärket Nyckelhålet? – Varumärkesplattform

En positiv märkning för alla som vill välja hälsosamt i vardagen

Nyckelhålet är till för alla som vill äta mer hälsosamt, i alla situationer, både till vardag och fest. Märkningen gör det enkelt för alla, oavsett ålder, bakgrund eller språk att hitta de nyttigare alternativen.

Nyckelhålet är en positiv märkning som guidar till de bästa valen. Vårt mål är att Nyckelhålet ska uppfattas som en mentor, som på vetenskaplig grund stöttar den som har bestämt sig för att äta lite bättre.

De nordiska myndigheterna har utvecklat en varumärkesplattform som beskriver hur vi som varumärkesägare vill utveckla Nyckelhålet. Plattformen är ett stöd för alla som utvecklar, märker och marknadsför produkter med Nyckelhålet.

På nästa sida finns Nyckelhålets varumärkesplattform sammanfattad. Kontakta oss på livsmedelsverket@slv.se om du vill ta del av plattformen i sin helhet.



The Keyhole.
Nordic brand
strategy and
platform.

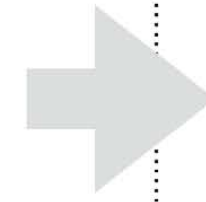


Mission

The Keyhole is well known and a strong asset, it

- improves health equality and public health
- provides a simple and credible tool for healthy food recommendations
- gives the industry a starting point for development and added value in sales and marketing
- guides consumers in making well informed, everyday choices.

Healthy food habits don't come easy.

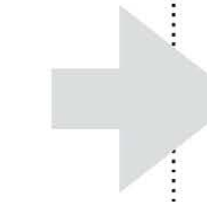


Vision

In five years from now The Keyhole:

- has consumer trust
- is present where food is bought, ordered and cooked
- is the first choice tool for healthy food recommendations
- is an important influencer of food development
- is used on an increased number of products
- is regularly chosen by half of the population.

Every one, every meal, every day.



Strategy

For the owner, the prioritized strategies are to:

1. Increase communication and presence
2. Involve the industry and stakeholders and aim for the store in collaboration
3. Intensify the Nordic collaboration.

For the label, the prioritized strategies are to:

1. Take the stage
2. Be distinct and clear in brand identity
3. Create likability.

Position

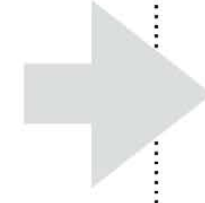
Consumers encounter many brands, food labels and influencers who try to affect their decisions.

Understanding their orientation, intentions and credibility is difficult. Do they represent the environment, health issues, animal rights, sustainability, equality, or...?

When there is uncertainty, The Keyhole has a strong public interest and believable credo.

Compared to other brands and labels, The Keyhole is positioned as:

The governmental label for healthier food.



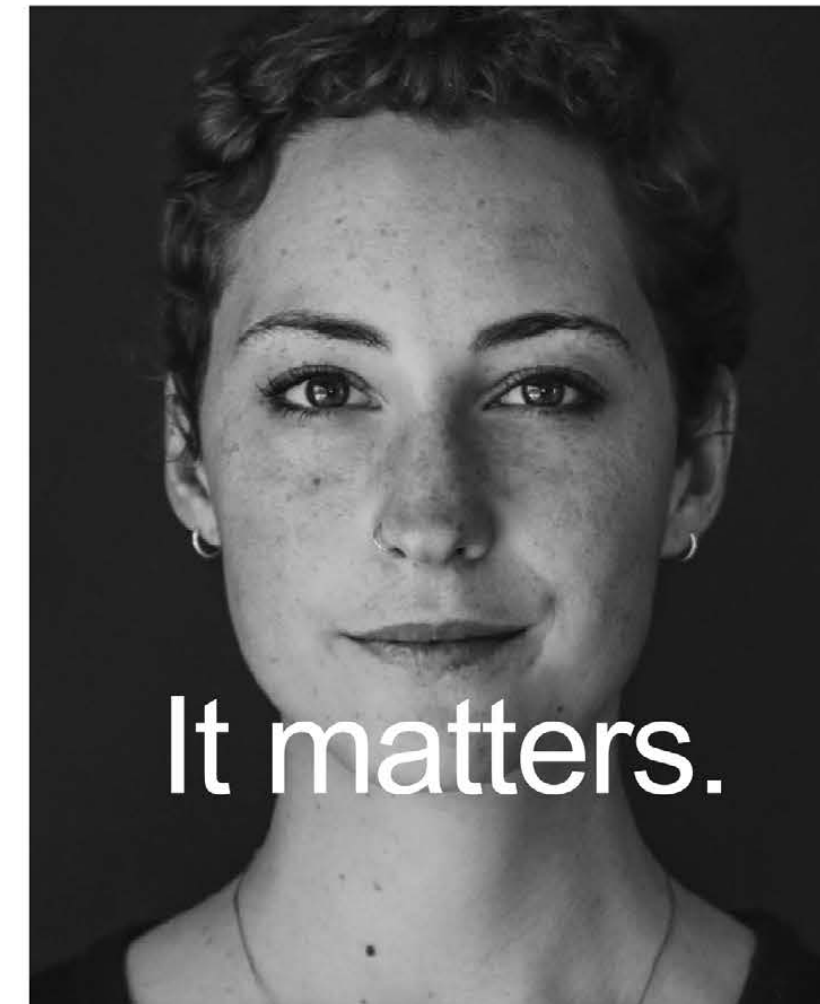
Promise

Consumers want to improve their food habits, but in a stressful and polarised consumer context it is not easy to make the informed and desired decisions.

The Keyhole offers a reliable shortcut to healthier food habits, but also principles to rely on and identify with.

In choosing The Keyhole the consumer makes a statement, and is proud to express it

When I choose The Keyhole I do a good thing for myself, and those I care about. It matters.



Character

The Keyhole represents the government, it is scientific. To create and retain trust, it needs to take the stage, be forward thinking and lead the way.

When others say "things were better before", The Keyhole will say "things will be better tomorrow".

Factful, Optimistic, Driven are the three key words.

The character statement of the label is:

The Keyhole is about choosing a good thing, not avoiding a bad.

The Keyhole appears as:

A mentor in progress.

Så använder du märket Nyckelhålet

-
- Det registrerade varumärket Nyckelhålet
 - Nyckelhålet – logotypen
 - Nyckelhålet på förpackning
 - Nyckelhålet i butik
 - Nyckelhålet i kommunikation och marknadsföring
 - Teckensnitt
 - Budskapet ”Enklare att välja hälsosamt”

Det registrerade varumärket Nyckelhålet

Nyckelhålet är ett registrerat varumärke som ägs av Livsmedelsverket i Sverige. Alla företag som har produkter som uppfyller kriterierna får märka dem med Nyckelhålet, samt använda märket i marknadsföring av dessa produkter. Här finns en guide till hur logotypen ska se ut och hur den får användas på förpackning, i butik, samt i kommunikation och marknadsföring.

Nyckelhålet – logotypen



HEX: #007A33
RGB: R0 G122 B51
CMYK: C91 M0 Y100 K26
PMS: PMS 356



HEX: #000000
RGB: R0 G0 B0
CMYK: C0 M0 Y0 K100



HEX: #FFFFFF
RGB: R255 G255 B255
CMYK: C0 M0 Y0 K0

Förpackningar: Nyckelhålet ska helst tryckas i grönt (PMS 356). Om grönt inte är möjligt får svart användas. Ytan inuti ska alltid vara vit.

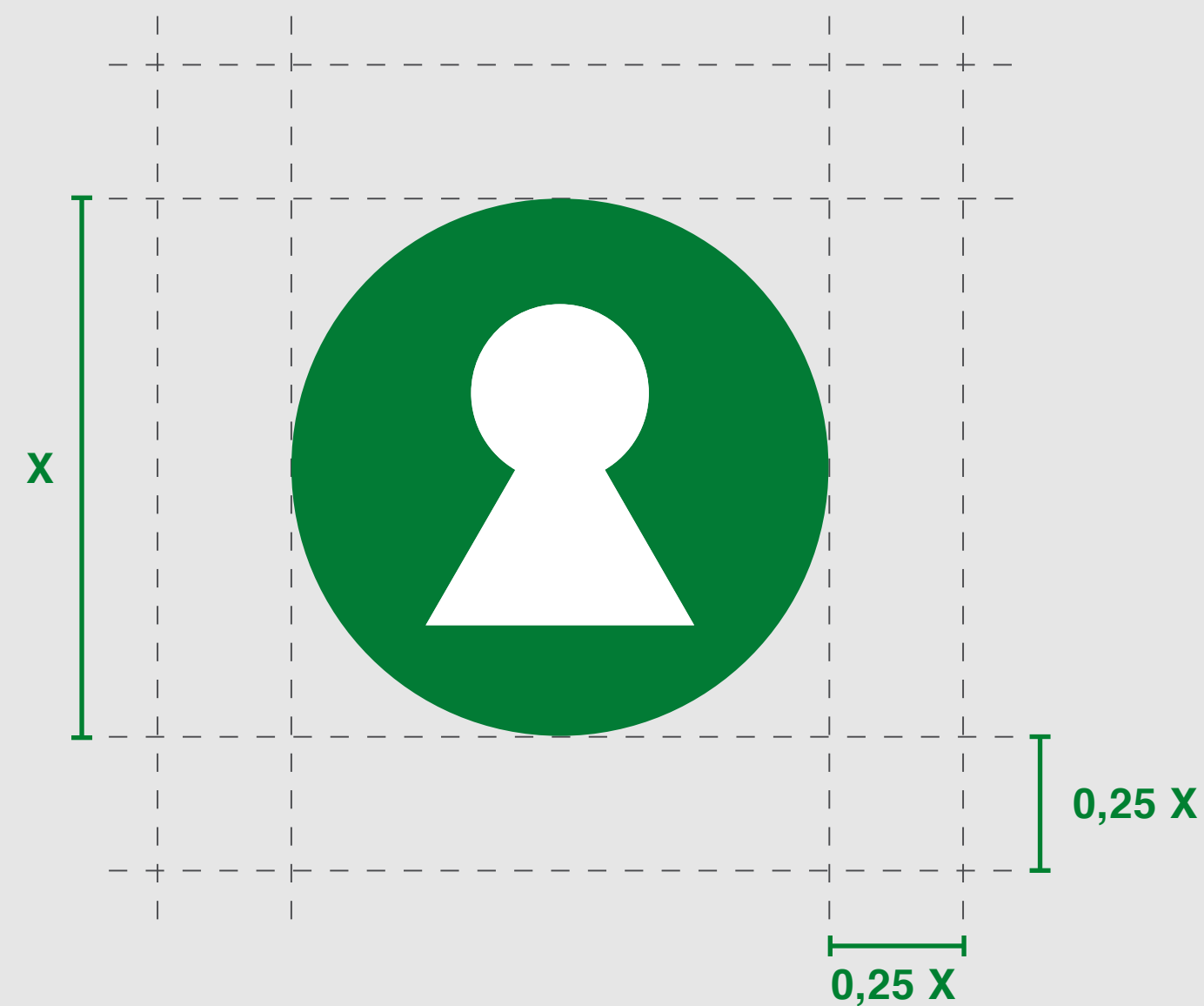
Marknadsföring: I marknadsföring kan man använda tre versioner: grön, svart och vit.

Logotypen kombinerades tidigare med ett ®. Det tas nu bort. Produkter som märkts med Nyckelhålet åtföljt av märket ® före den 1 januari 2024 får släppas ut på marknaden till dess lagren tar slut.

Du får inte beskära Nyckelhålet, eller låta det överlappas av andra symboler eller liknande.

Nyckelhålet kan laddas ned på Livsmedelsverkets webbplats, www.livsmedelsverket.se.

Nyckelhålet – logotypen



När du använder Nyckelhålet ska du lämna en frizon motsvarande $\frac{1}{4}$ av märkets diameter runt Nyckelhålet. Ingen annan information får finnas innanför denna yta.

Om bakgrunden är mörk eller har samma färg som symbolen (grön eller svart) kan en hårfin, vit linje läggas runt cirkeln, så att märket syns bättre.

Det finns inga regler kring hur stort Nyckelhålet ska återges, men tänk på att det ska vara lätt att upptäcka för konsumenterna som letar efter Nyckelhålmärkta produkter.

Nyckelhålet på förpackning

Färdigförpackade produkter:

Placera helst Nyckelhålet på förpackningens framsida, så att det är väl synligt för konsumenten. Nyckelhålet får gärna placeras på flera ställen på förpackningen och gärna i samma storlek som andra märkningar.

Nyckelhålet får bara användas på produkter som ska släppas på marknaden i de länder som använder Nyckelhålet, det vill säga som inte är tillverkade primärt för export.

Oförpackade livsmedel:

Grönsaker, frukt eller fisk som säljs oförpackat, i lösvikt, kan ha Nyckelhålet på den låda eller korg där produkterna ligger eller på en skylt intill produkten.

Nyckelhålet ska helst tryckas i grönt (PMS 356). Om grönt inte är möjligt får svart användas. Ytan inuti ska alltid vara vit.



Nyckelhålet i butik

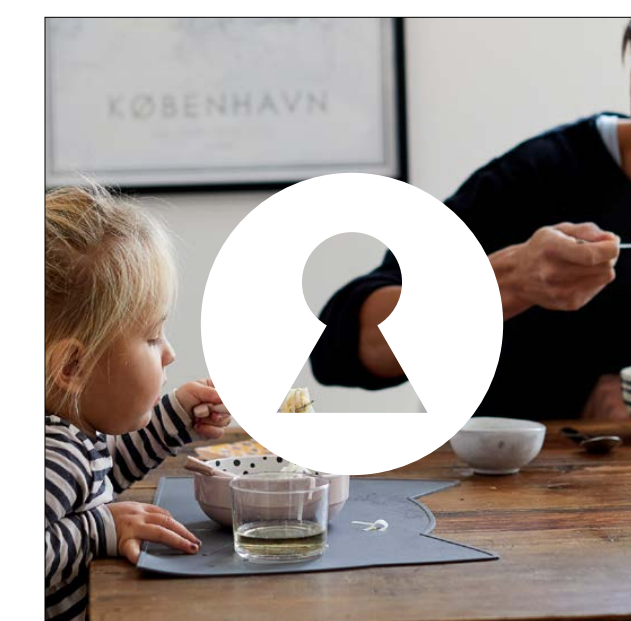
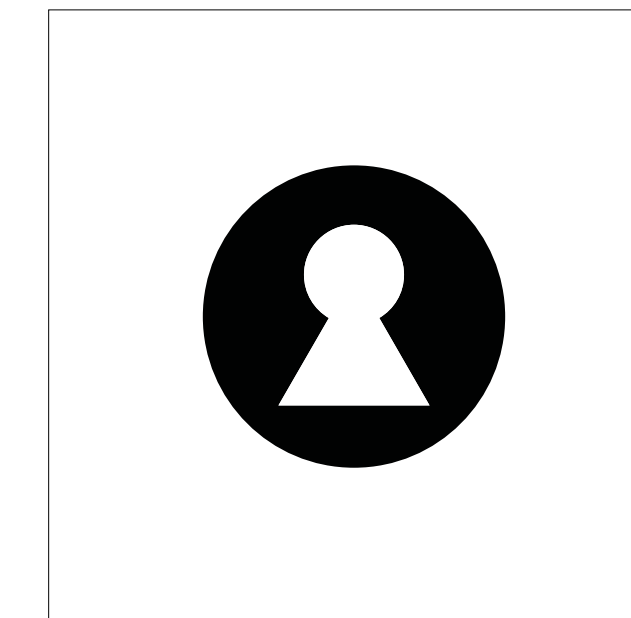
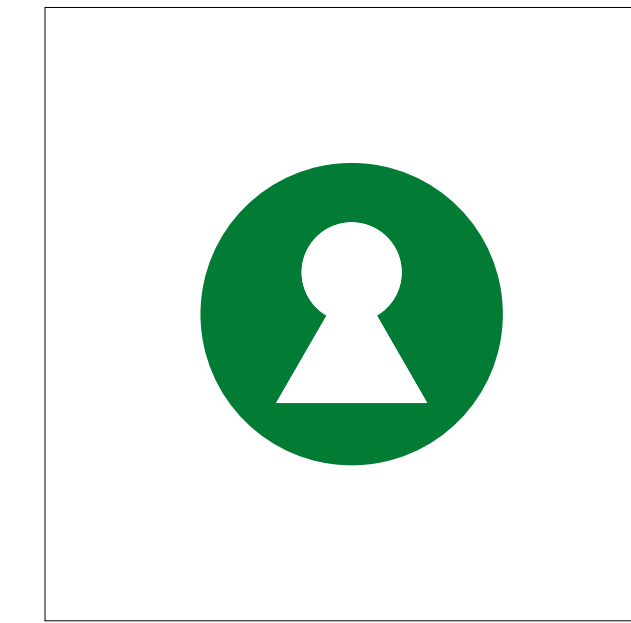
Butiker kan marknadsföra Nyckelhålmärkta produkter genom att visa på hyllkanten var de finns. Nyckelhålet kan också användas tillsammans med andra märkningar.

Oförpackade livsmedel som grönsaker, frukt eller fisk som säljs i lösvikt, kan ha Nyckelhålet på en skylt intill produkterna. Varför inte Nyckelhålmärka hela frukt- och grönt-avdelningen?

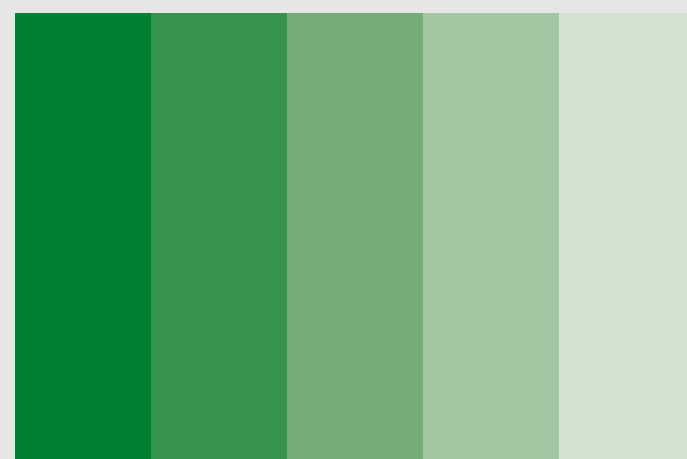


Nyckelhålet i kommunikation och marknadsföring

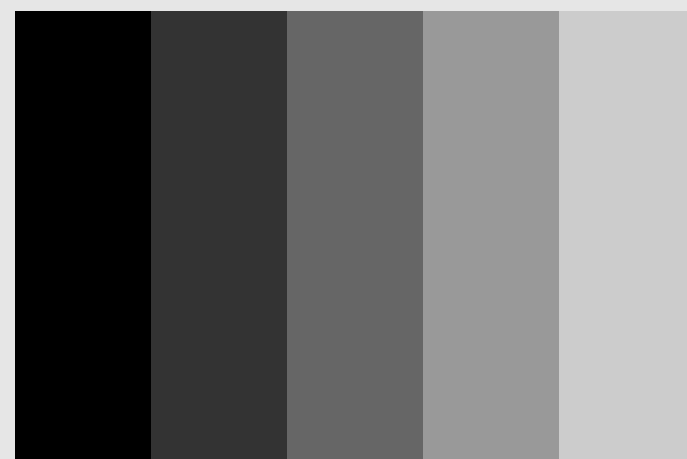
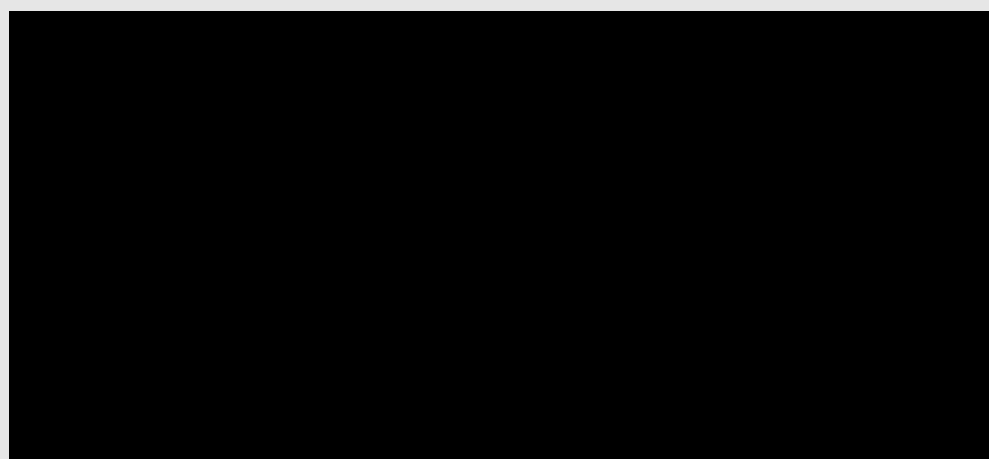
När du använder Nyckelhålet för att marknadsföra din produkt, till exempel i annonser, finns det lite större möjligheter för hur du får använda märket. I första hand ska Nyckelhålet vara grönt, men även svart eller vit får användas. Ytan inuti ska helst vara vit men kan även vara transparent, till exempel så att ett foto syns igenom.



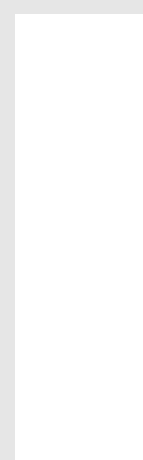
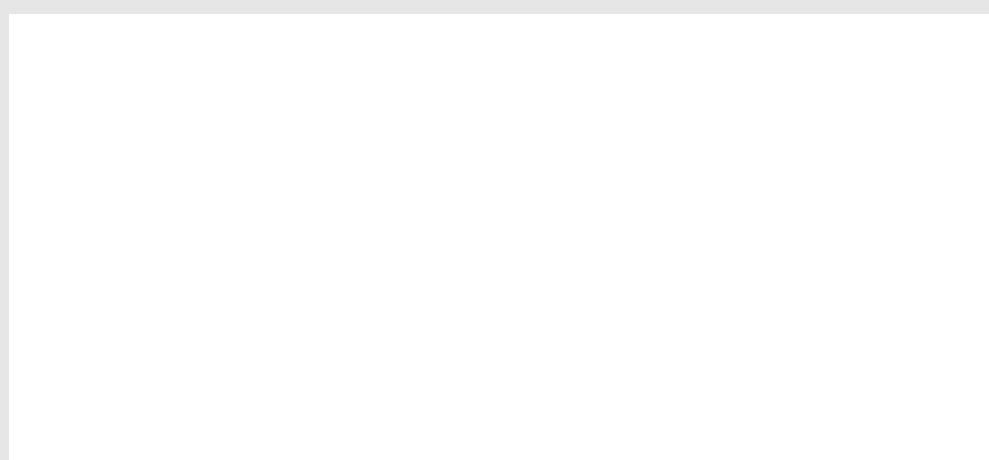
Färger



HEX: #007A33
RGB: R0 G122 B51
PMS: PMS 356
CMYK: C91 M0 Y100 K26



HEX: #000000
RGB: R0 G0 B0
CMYK: C0 M0 Y0 K100



HEX: #FFFFFF
RGB: R:255 G255 B255
CMYK: C0 M0 Y0 K0

Igenkänningen av symbolen för Nyckelhålet är hög – därtill hör även vår gröna färg. Våra färger blir därför viktiga beståndsdelar för att skapa ett enhetligt uttryck och tydlighet av avsändare.

Färgerna kompletterar varandra bra och det finns stor möjlighet att göra en varierad och modern design.

Teckensnitt

Poppins & Helvetica

Livsmedelsverket använder teckensnitten Poppins och Helvetica i sin kommunikation kring Nyckelhålet. Poppins används uteslutande i rubriker, medan Helvetica används i brödtext.

Om fler använder dem i sin kommunikation skapar vi en mer enhetlig bild av varumärket. Men det är tillåtet att använda andra teckensnitt i kommunikation och marknadsföring av Nyckelhålet.

Budskapet ”Enklare att välja hälsosamt”

”Enklare att välja hälsosamt” är det budskap som Sverige, Norge och Danmark har valt för symbolen. Budskapet ska förstärka varumärket Nyckelhålet, så att innebörden blir mer känd hos konsumenterna, producenterna och handeln.

Budskapet får bara användas tillsammans med symbolen i allmän information om Nyckelhålet och i reklam där Nyckelhålet används generiskt eller placeras så att budskapet och symbolen relateras till flera olika produkter från flera olika producenter. Symbolen tillsammans med budskapet hittar du här:

www.nyckelhalet.se

www.helsenorge.no/nøkkelhullet

www.nøglehullet.dk

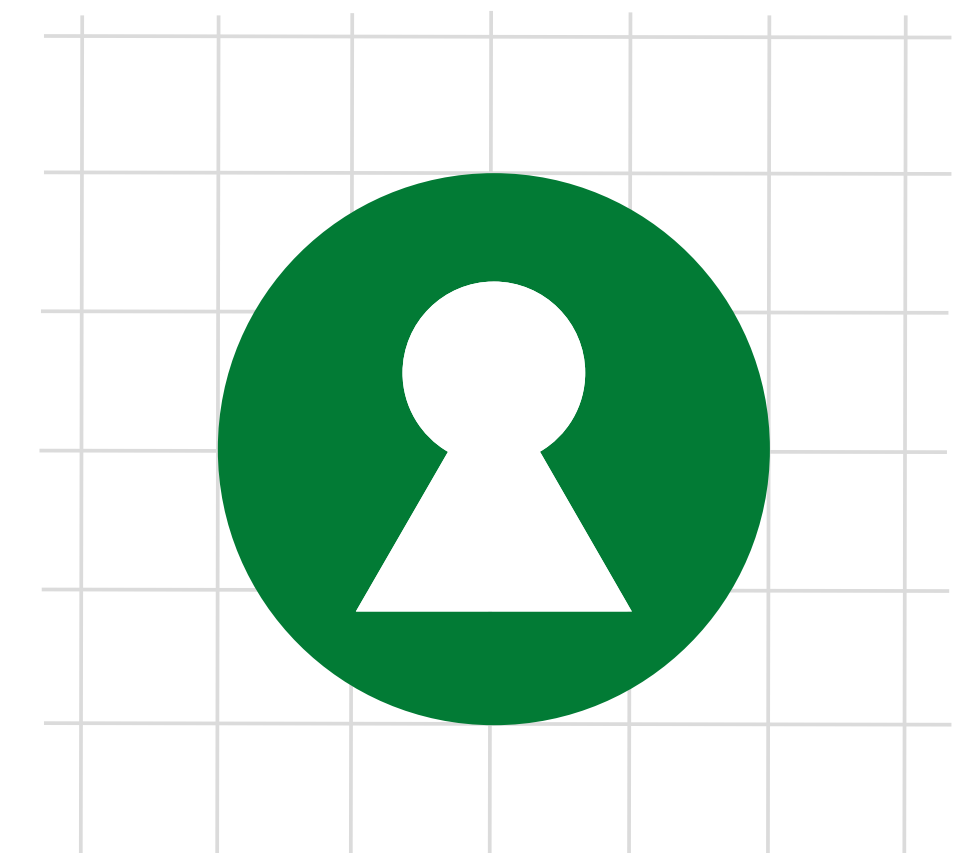
www.skraargat.is

Budskapet får inte användas tillsammans med namngivna produkter, i hyllkantsmärkning, på skylt vid varan eller i reklam för namngivna produkter eller producenter, eftersom det strider mot EU:s regler om hälsopåståenden. I sådana sammanhang får enbart godkända hälsopåståenden användas.

Exemplen till höger visar hur budskapet ska placeras tillsammans med Nyckelhålssymbolen. De visar också storleksförhållandet mellan symbol och budskap.



Enklare att välja hälsosamt



Enklare att välja hälsosamt

Läs mer om Nyckelhålet och ladda ned material:

www.livsmedelsverket.se/nyckelhalet

www.helsenorge.no/nøkkelhullet

www.nøglehullet.dk

www.skraargat.is