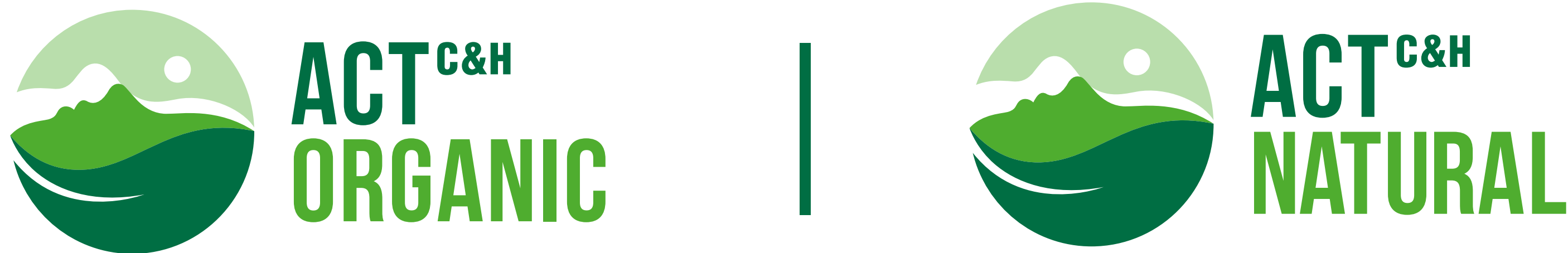

BRAND IDENTITY GUIDELINE

As of April 2020



คู่มือการใช้ตรารับรองเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มกท. (ACT C&H)

1. ผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ตรา ACT C&H ต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มกท. และต้องมีรายชื่อปรากฏในใบรับรองฉบับปัจจุบัน
2. ผู้มีสิทธิใช้ตรา คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของตราสินค้าและรับผิดชอบการจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นผู้ผลิตเองหรือว่าจ้างผู้อื่นผลิตให้ก็ได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องทำสัญญาการใช้ตรากับ มกท. และส่งต้นแบบฉลากที่ต้องการใช้ตราให้ มกท. พิจารณานุมัติก่อน จึงจะสามารถใช้ตรา ACT C&H บนฉลากผลิตภัณฑ์ได้
3. ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทที่ขอรับรองตามมาตรฐานนี้จะต้องเป็นไปตามกฎหมาย หรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ถูกเพิกถอนใบอนุญาต และ/หรือถูกยกเลิกการรับรองจาก มกท. ผู้ประกอบการต้องเรียกคืนผลิตภัณฑ์นั้นออกจากตลาดภายในระยะเวลาที่ มกท. กำหนด
4. มกท. อาจมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับข้อกำหนดรูปแบบและเงื่อนไข การใช้ตราตามมาตรฐานเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และจะแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถติดตามข้อมูลต่างๆได้จากเว็บไซต์ของ มกท.

The Sphere of Life
เราเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ
ธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งอยู่ภายในเรา

BRAND OVERVIEW

Strategic Differentiation



ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

SEEING THE TRUE NATURE OF THINGS

ตราสัญลักษณ์ของ เอชีที ถูกออกแบบ
เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการถ่ายทอดคุณค่า
และความหมายขององค์กร รวมทั้งสะท้อน
ถึงจุดมุ่งหมาย ทัศนคติ บุคลิกภาพ
และภาพลักษณ์ขององค์กร
ในตราสัญลักษณ์เอง ถูกออกแบบให้มีความหมาย
แฝงในหลากหลายมิติที่สะท้อนคุณค่า
รวมถึงจุดมุ่งหมายต่าง ๆ เหล่านี้ขององค์กร
รูปทรงวงกลมสะท้อนได้ทั้งความเป็นโลก
ความสมดุลของ ‘หยินหยาง’ หรือหยดน้ำ
(Harmony / Balance /Mindfulness)
รูปทรงภายในถ้ามองในภาพแรก
จะสื่อได้ถึงภูเขาหรือทิวทัศน์ของธรรมชาติ
(Sustainable agriculture / Eco-conscious /
Environment)
ถ้ามองลึกลงไปอีกมุมจะสามารถมองได้
เป็นรูปใบหน้าของผู้หญิงที่สะท้อนถึงเรื่องของ
ความงาม เรื่องของสุขภาพและการคืนพลัง
ให้แก่มนุษย์
(Health / Beauty / Human / Empowerment)

LOGO

The Meaning of the Logo



Vertical
Point of view

ความหมายที่ถูกซ่อนอยู่ภายใต้ตราสัญลักษณ์



Harmony
Balance
Mindfulness

Sustainable agriculture
Eco-conscious
Environmental

Health
Beauty
Human
Empowerment

ตรารับรองเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์
เพื่อสุขภาพ มกท. มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

LOGO

Primary Logo



1. ผลิตภัณฑ์อินทรีย์
สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง
ตามมาตรฐานACT C&H
ในโปรแกรมอินทรีย์



2. ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง
ตามมาตรฐานACT C&H
ในโปรแกรมธรรมชาติ

ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

CLEAR SPACE

พื้นที่ปลอดภัยในการใช้ตราสัญลักษณ์

ระยะห่างโดยรอบตราสัญลักษณ์

กำหนดขึ้นเพื่อให้ตราสัญลักษณ์
มีความเด่นชัด และไม่ถูกรบกวนจาก
องค์ประกอบอื่นๆ ในชิ้นงานนั้นๆ

อนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์
ในแนวตั้งหรือ แนวนอนก็ได้

ตราสัญลักษณ์แนวนอน

สัดส่วนความกว้าง X ยาว คือ 2 ต่อ 1
โดยให้ยึดจากพื้นที่ปลอดภัย
ในการใช้ตราสัญลักษณ์เท่านั้น

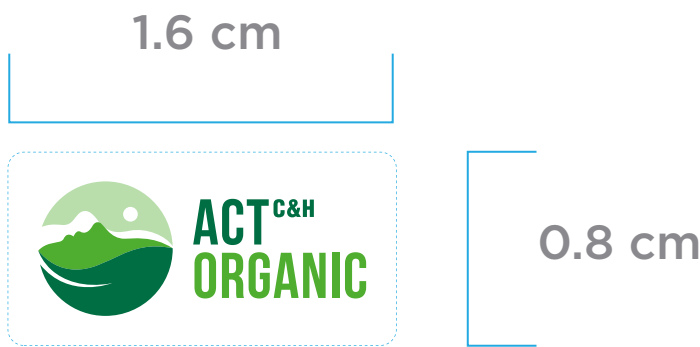
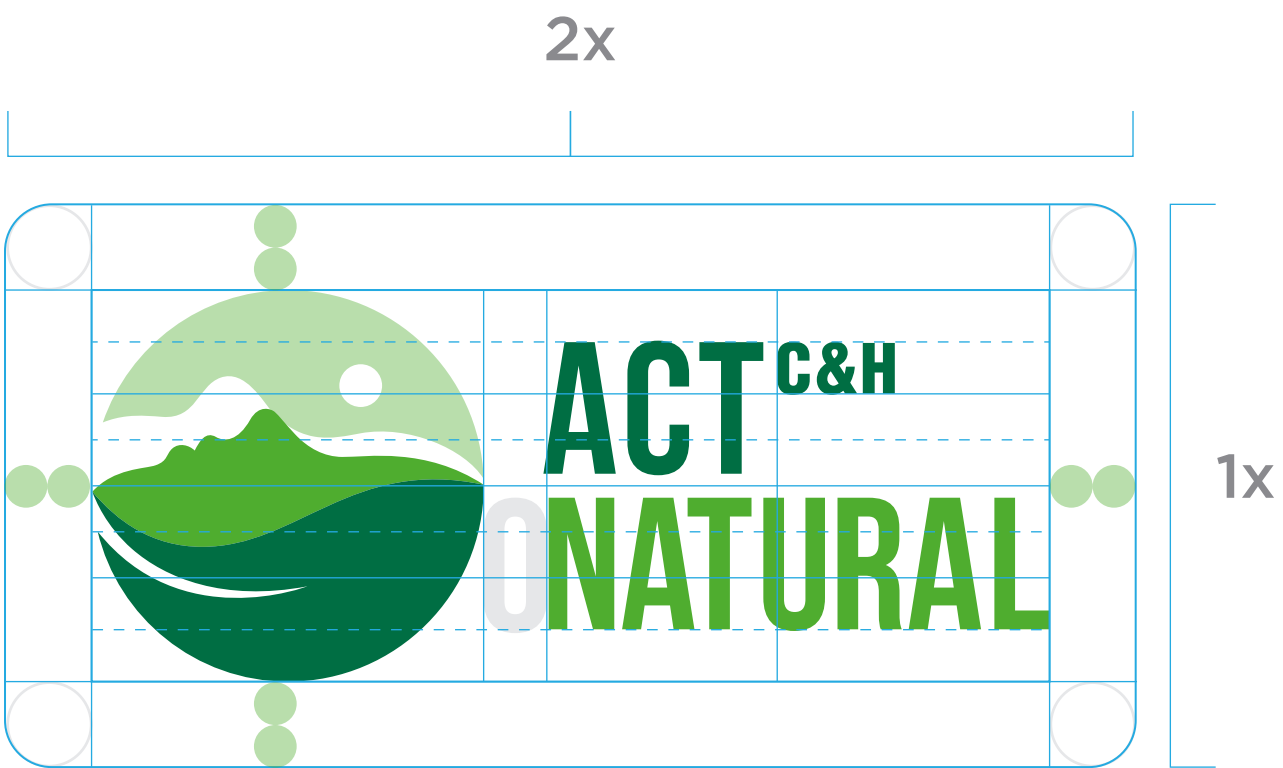
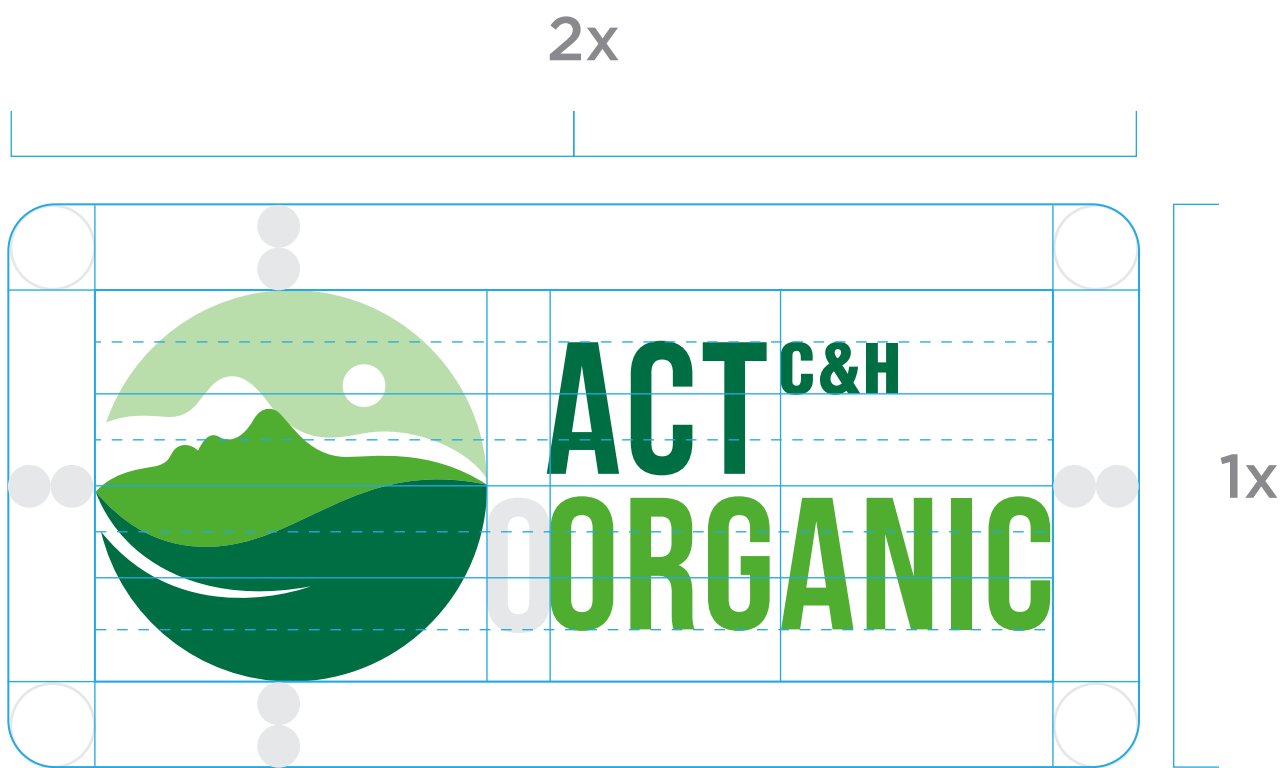
Minimum Print Size

ขนาดเล็กที่สุดของตราสัญลักษณ์แนวนอน

ขนาดเล็กที่สุดที่อนุญาตให้ใช้ คือ
กว้าง x ยาว = 0.8 cm x 1.6 cm

LOGO

Clear Space Area & Minimum Size



ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

CLEAR SPACE

พื้นที่ปลอดภัยในการใช้ตราสัญลักษณ์

ระยะห่างโดยรอบตราสัญลักษณ์

กำหนดขึ้นเพื่อให้ตราสัญลักษณ์
มีความเด่นชัด และไม่ถูกรบกวนจาก
องค์ประกอบอื่นๆ ในชิ้นงานนั้นๆ

อนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์
ในแนวตั้งหรือ แนวนอนก็ได้

ตราสัญลักษณ์แนวตั้ง

สัดส่วนความกว้าง X ยาว คือ 1 ต่อ 1.5
โดยให้ยึดจากพื้นที่ปลอดภัย
ในการใช้ตราสัญลักษณ์เท่านั้น

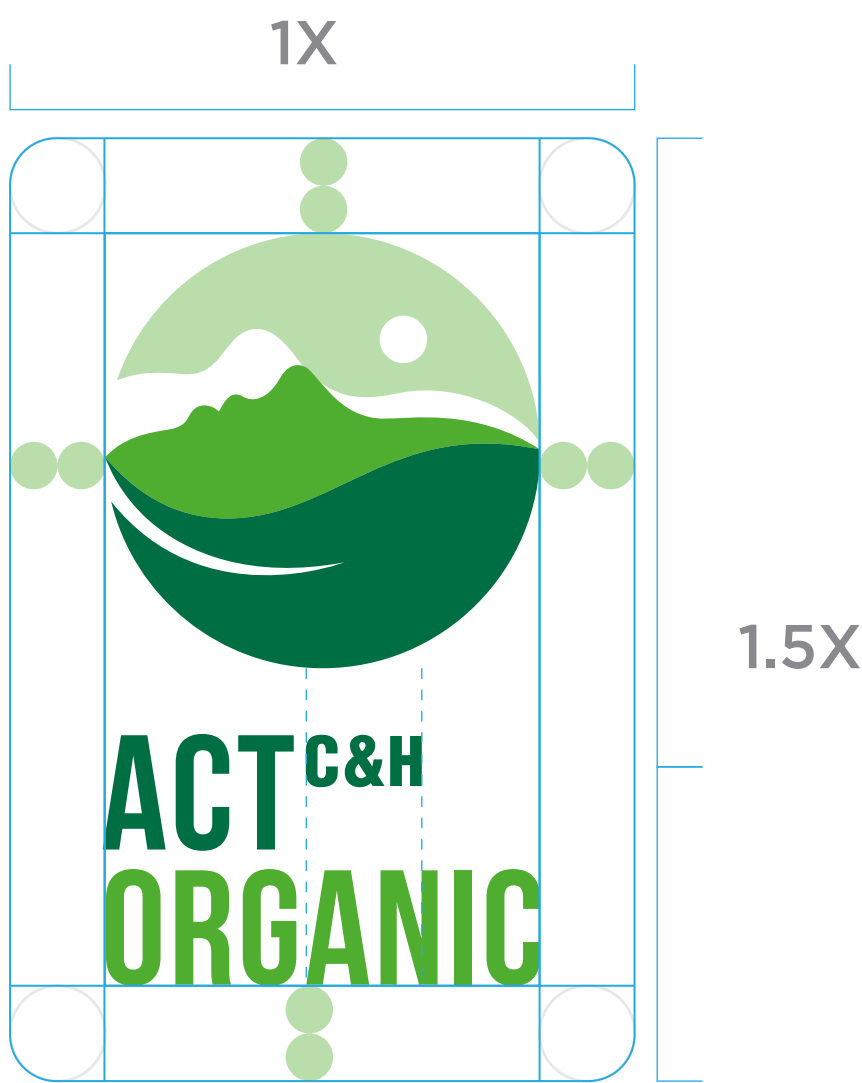
Minimum Print Size

ขนาดเล็กที่สุดของตราสัญลักษณ์แนวตั้ง

ขนาดเล็กที่สุดที่อนุญาตให้ใช้ คือ
กว้าง x ยาว = 0.8 cm x 1.2 cm

LOGO

Clear Space Area & Minimum Size



0.8 cm



1.2 cm

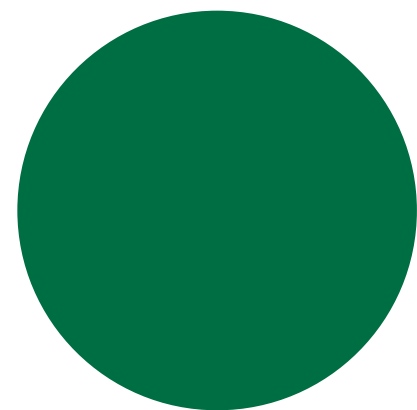
0.8 cm



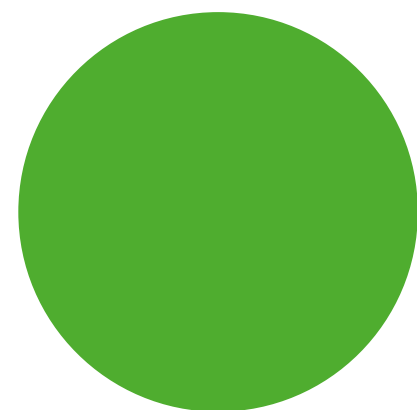
1.2 cm

ACT ORGANIC

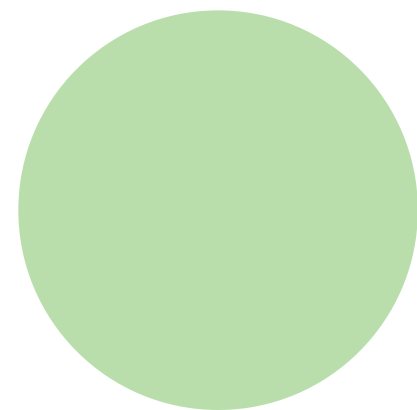
BRAND IDENTITY
GUIDELINE



PANTONE 7733 C
R0 G110 B67
C92 M31 Y89 K22
#006E43



PANTONE 361 C
R61 G174 B43
C76 M4 Y100 KO
#5FAA41



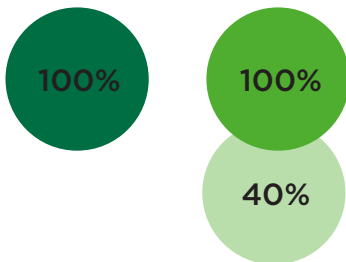
PANTONE 7733 C (40%)
R0 G110 B67
C92 M31 Y89 K22
#006E43

COLOR SYSTEM

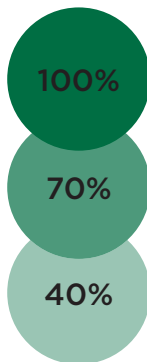
Logo Color Variation



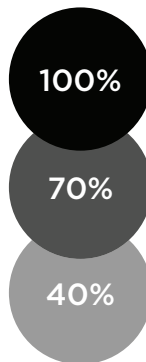
ACT^{C&H}
ORGANIC



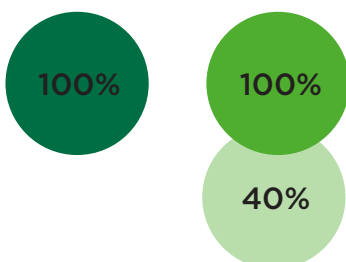
ACT^{C&H}
ORGANIC



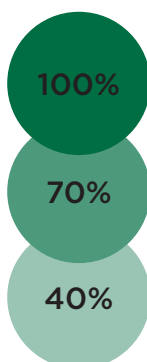
ACT^{C&H}
ORGANIC



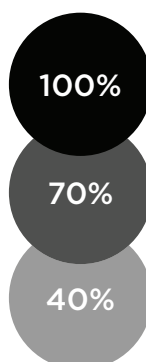
ACT^{C&H}
NATURAL



ACT^{C&H}
NATURAL



ACT^{C&H}
NATURAL



ใช้สีเขียว 2 สี
สีที่ 1 Pantone 7733 C ความเข้ม 100 %
สีที่ 2 Pantone 361 C ความเข้ม 100 % และ 40 %

ใช้สีเขียวสีเดียว
สี Pantone 7733 C ความเข้ม 100 % 70 % และ 40 %

ใช้สีดำสีเดียว
สีดำ Pantone Black ความเข้ม 100 % 70 % และ 40 %

ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

กรณีพื้นหลังของของบรรจุภัณฑ์เป็นสีขาว
ตราสัญลักษณ์ต้องมีเส้นกรอบของตราสีเขียว

กรณีพื้นหลังสีที่บัสสีอื่นนอกจากสีขาว
หรือกรณีที่พื้นหลังเป็นรูปภาพ
ตราสัญลักษณ์ต้องมีกรอบรองสีพื้นสีขาวเสมอ

COLOR SYSTEM

Color Version & Background



Full Color on White Color Background



Full Color with White Border on Color Background



Full Color with White Border on Picture Background



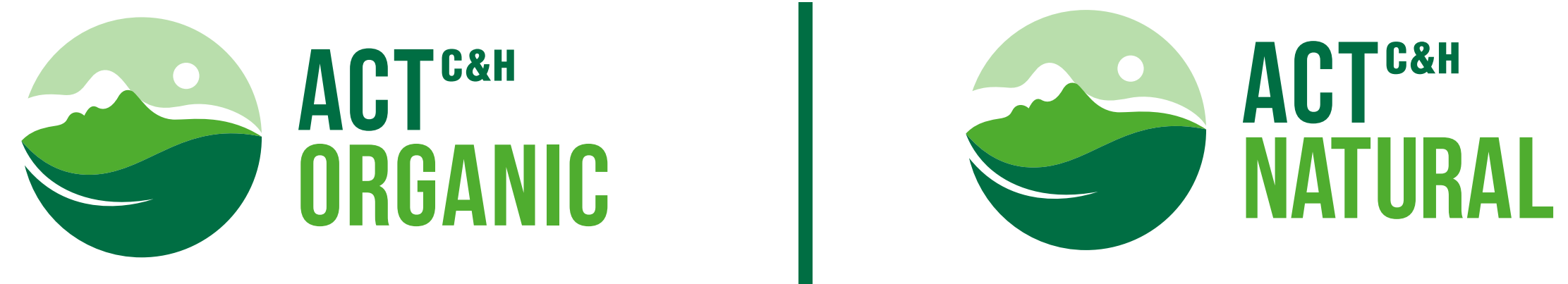
Full Color on White Color Background



Full Color with White Border on Color Background



Full Color with White Border on Picture Background



WWW.ACTORGANIC-CERT.OR.TH

ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

ตรารับรองต้องมีขนาดใหญ่และ
โดดเด่นเกินกว่ายี่ห้อผลิตภัณฑ์
และขนาดไม่เกิน ¼ ของ
ขนาดยี่ห้อผลิตภัณฑ์

ห้ามใช้เป็นยี่ห้อของผลิตภัณฑ์

ตัวอย่างการใช้ตราสัญลักษณ์บนฉลากผลิตภัณฑ์

LOGO
PRODUCT

BRAND
NAME

Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adip-
iscing elit, sed diam

Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adipi-
iscing elit, Lorem ipsum
dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod



LOGO
PRODUCT

BRAND
NAME

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod



LOGO
PRODUCT

BRAND
NAME

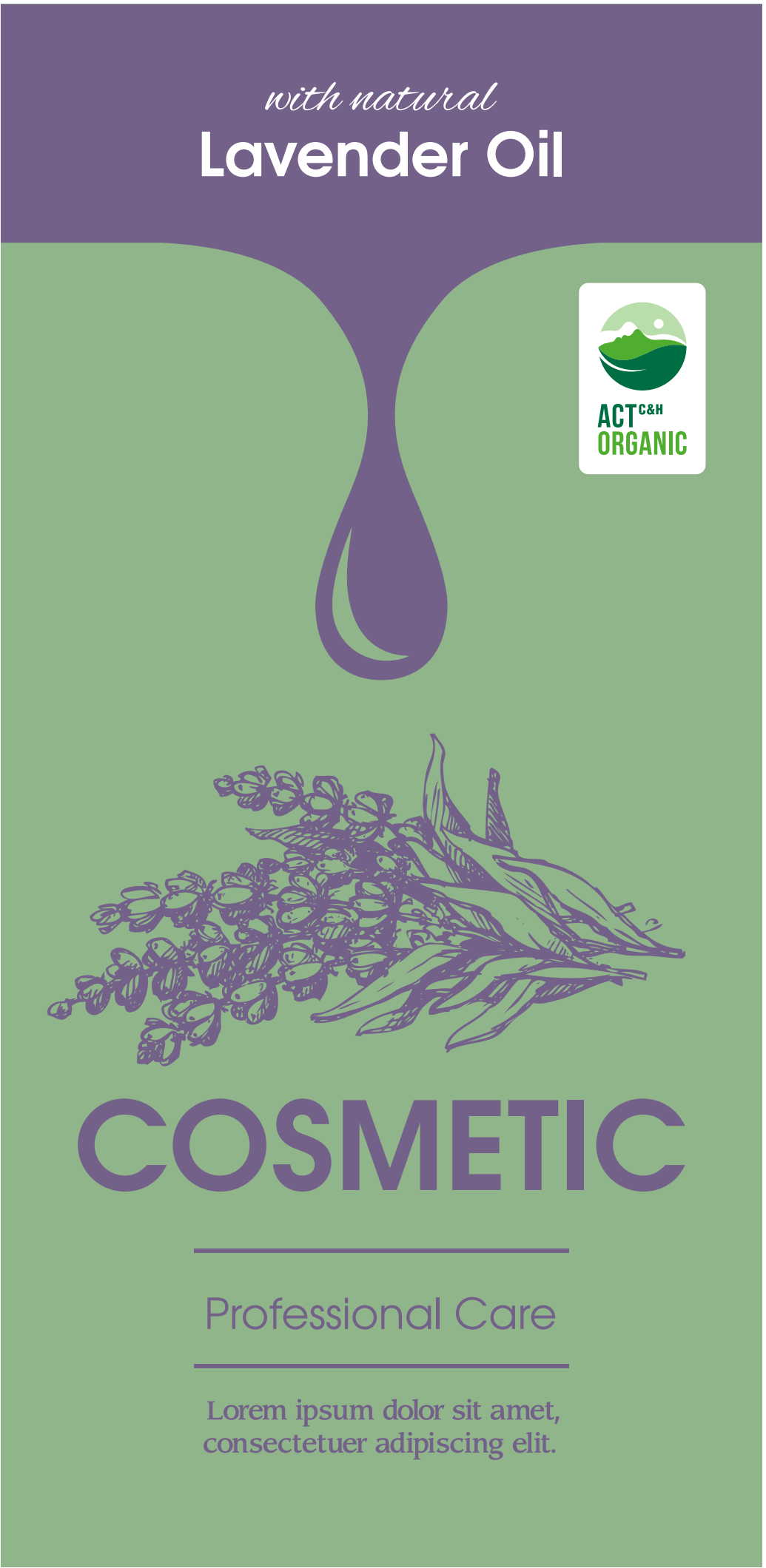
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod



ACT ORGANIC

BRAND IDENTITY
GUIDELINE

ตัวอย่างการใช้ตราสัญลักษณ์บนฉลากผลิตภัณฑ์



ข้อมูล/ ข้อความบนฉลากผลิตภัณฑ์

- ต้องระบุชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรอง (เจ้าของใบรับรอง) สถานที่ติดต่อ หรือ website ไว้บนฉลากเสมอ (ในกรณีฉลากขนาดเล็กอาจอนุโลมให้ใส่รหัสผู้ประกอบการที่ มกท. ออกให้แทนได้)
- กรณีชื่อตราสินค้าหรือแบรนด์สินค้าอินทรีย์ มีคำว่า “ออร์แกนิก หรือ ORGANIC” อยู่ด้วย ปริมาณร้อยละของส่วนผสมอินทรีย์และ/หรือปริมาณร้อยละของสารธรรมชาติ ต้องแสดงไว้ให้เห็นในบริเวณเดียวกันหรือในกรอบเดียวกัน
- ผลิตภัณฑ์ต้องระบุ Lot No. วันผลิต วันหมดอายุ และปริมาตรสุทธิ
- ผลิตภัณฑ์ทุกประเภท ต้องระบุรายการส่วนผสมทุกรายการ เรียงน้ำหนักจากมากไปน้อยและต้องแสดงให้ครบ 100%
- ผลิตภัณฑ์ที่มีหลายส่วนผสม ต้องระบุชื่อวัตถุดิบพร้อมสถานะอินทรีย์, ระบุชื่อวัตถุดิบทั่วไป รวมทั้งต้องระบุชื่อสารปรุงแต่งทั้งหมด
- สำหรับฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ต้องระบุชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมและต้องมีชื่อส่วนผสมเครื่องสำอาง ในระบบสากล (INCI)กำกับไว้ด้วย ถ้าส่วนผสมนั้นยังไม่มีชื่อINCIให้ระบุชื่อวิทยาศาสตร์ หรือชื่อเคมีแทนได้
- กรณีบรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็ก ไม่สามารถระบุส่วนผสมบนฉลากได้ ต้องมีเอกสารระบุส่วนผสมเป็นเอกสารแนบมากับผลิตภัณฑ์
- การใช้ข้อความ”ผลิตภัณฑ์อินทรีย์หรือออร์แกนิก” เช่น แชมพูสระผมออร์แกนิก น้ำมันบำรุงผิวออร์แกนิก ยาต้มสมุนไพรออร์แกนิก เป็นต้น จะใช้ได้ต่อเมื่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีส่วนผสมอินทรีย์รวมกันไม่น้อยกว่า 95%
- ไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง หรือใช้ข้อความที่ก่อให้เกิดความสับสนและเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค
- ผลิตภัณฑ์ที่มีหลายส่วนผสม (Multi ingredients) ต้องไม่ระบุ 100% ORGANIC (แม้ส่วนผสมเหล่านั้นจะได้รับรองอินทรีย์ทั้งหมดก็ตาม)
- ไม่มีข้อความ ‘ผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี’ ‘ผลิตภัณฑ์ปลอดจีเอ็มโอ’ (GE Free, GMOs Free, NO GMOs, NO CHEMICALS, Chemical Free)

การใช้ตราบนสื่อสิ่งพิมพ์และการโฆษณา

- การใช้ตราบนสื่อสิ่งพิมพ์และการโฆษณา ไม่ต้องขออนุมัติก่อนใช้แต่ต้องมีให้ มกท.ตรวจสอบ ณ วันตรวจการใช้ตราและข้อมูลบนสื่อโฆษณาต้องไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริงหรือใช้ข้อความที่ก่อให้เกิดความสับสนและเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค และ ไม่มีข้อความ ‘ผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี’ ‘ผลิตภัณฑ์ปลอดจีเอ็มโอ’ (GE Free, GMOs Free, NO GMOs, NO CHEMICALS, Chemical Free)

