



Flanders
State of the Art

H UIS STIJL GIDS

**INTERNATIONALE
LAY-OUT**

VERSIE 3.0 - DECEMBER 2023

overheid.vlaanderen.be/huisstijl

COLOFON

Dit is een uitgave van de Vlaamse overheid. meest recente versie van deze gids en de richtlijnen voor de communicatie vind je ook digitaal op overheid.vlaanderen.be/huisstijl.

Deze gids is niet allesomvattend en is aan veranderingen onderhevig. Controleer regelmatig online of je over de meest actuele versie beschikt. Deze publicatie is opgemaakt in A4-formaat.

Samenstelling: Leontien Demeyere en Ingrid Van Rintel

Verantwoordelijke uitgever: Departement Kanselarij & Buitenlandse Zaken, Havenlaan 88 bus 100, 1000 Brussel

Lay-out: The Oval Office

Versienummer: 3.0

Datum: December 2023

Depotnummer: D/2024/3241/109

*Het colofon wordt gezet in
Flanders Art Sans Regular
en Medium, corps 10 pt.,
interlinie 13 pt.*

*Kolombreedte mag zelf
bepaald worden.*

INHOUDSTABEL

Op welke communicatie is de internationale huisstijl van toepassing?	4
1. Ons merk	5
Vlaanderen	6
Logo's	10
Schuin vlak	13
Kleurpalet	14
Lettertype	15
Grafische patronen	16
Fotografie	19
Iconen	20
Tabellen en grafieken	22
Cartografie	24
2. Toepassingen	26
2.1. Print	27
Basisgrid	28
Print	30
Partnerschappen	38
Cobranding	40
Sponsoring	41
2.2. Digital	43
Website & nieuwsbrieven	44
Online advertenties	46
Sociale media	48
Presentaties	52
Teams	54
Tegels	55
2.3. Video & audio	57
Video (tv en online)	58
Audio	58
2.4 Events & signalisatie	63
Evenementen	64
2.5 Corporate drukwerk	69
Corporate drukwerk	70

LEGENDE



Mail naar e-mailadres.



Download link.



Bezoek de website.

Wanneer is de internationale huisstijl van toepassing?

Deze gids bevat de huisstijlrichtlijnen die van toepassing zijn op alle communicatie (digitaal, niet-digitaal, formeel, informeel...) van de entiteiten van de Vlaamse overheid en hun partners aan een anderstalig doelpubliek in Vlaanderen en in het buitenland. De gids heeft betrekking op alle communicatie over beleid, producten, dienstverlening... aan zowel een breed als een specifiek buitenlands publiek.

De huisstijlsite <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie> is het verlengstuk van deze gids. In de gids is aangegeven welke bouwstenen je via de site kunt downloaden.

Heb je vragen of verbetervoorstellen, of wil je tips of goeie voorbeelden delen, dan kun je altijd terecht bij het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be.

Het bestuursdecreet bepaalt dat de Vlaamse Regering en alle entiteiten van de Vlaamse overheid de huisstijl moeten toepassen. De Vlaamse Regering bevestigde de afspraken over de huisstijl en het merkbeleid 'Vlaanderen' via een mededeling en een omzendbrief.

Hiermee bekrachtigt de Vlaamse Regering het belang van de huisstijl en het merkbeleid en de noodzaak om het coherent en collegiaal toe te passen in alle communicatie.



Alle richtlijnen zijn verzameld op onderstaande url.
<https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie>

Ons merk.



Vlaanderen

is het verhaal van
mensen als makers,
gedreven door kennis en kunde.



Het is het verhaal van baanbrekend vakmanschap.
Gisteren, vandaag en morgen.
Dat maakt Vlaanderen spraakmakend in de wereld.

Baanbrekend vakmanschap

Dit merkverhaal komt tot uiting in alles wat we doen
in Vlaanderen voor iedereen die er woont, werkt, leeft,
studeert,... En in alles wat we vertellen over Vlaanderen
in binnen- en buitenland.

Onze kenmerken

HANDS-ON.

We zijn doeners. We steken onze handen uit de mouwen.

EIGENZINNIG.

Een tikkeltje koppigheid en eigenzinnigheid zijn ons eigen. Die eigenschappen zorgen voor verandering en vernieuwing.

BEHULPZAAM.

We helpen anderen met plezier. Dienstverlening zit in onze natuur.

VAKKUNDIG.

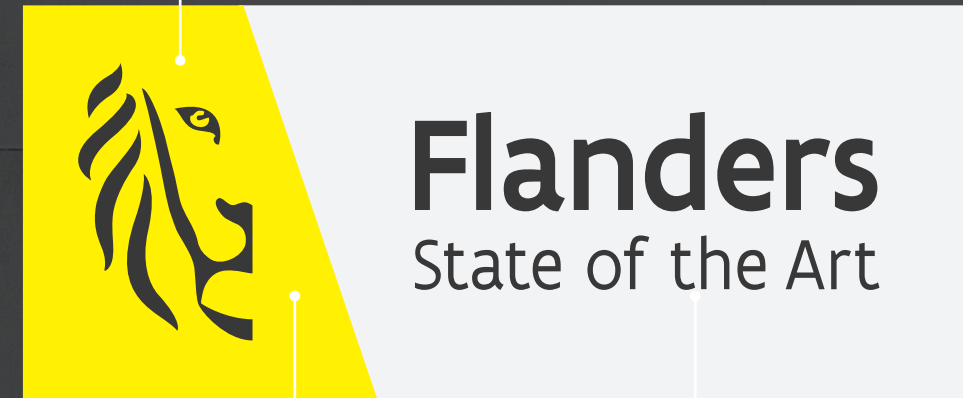
In ons streven naar kwaliteit laten we ons permanent leiden door onze vakkunde, ons oog voor detail en afwerking.

DUURZAAM.

In alles wat we doen en maken, streven we continuïteit na.



Een leeuwenkop: recht in de ogen kijkend, met open blik.



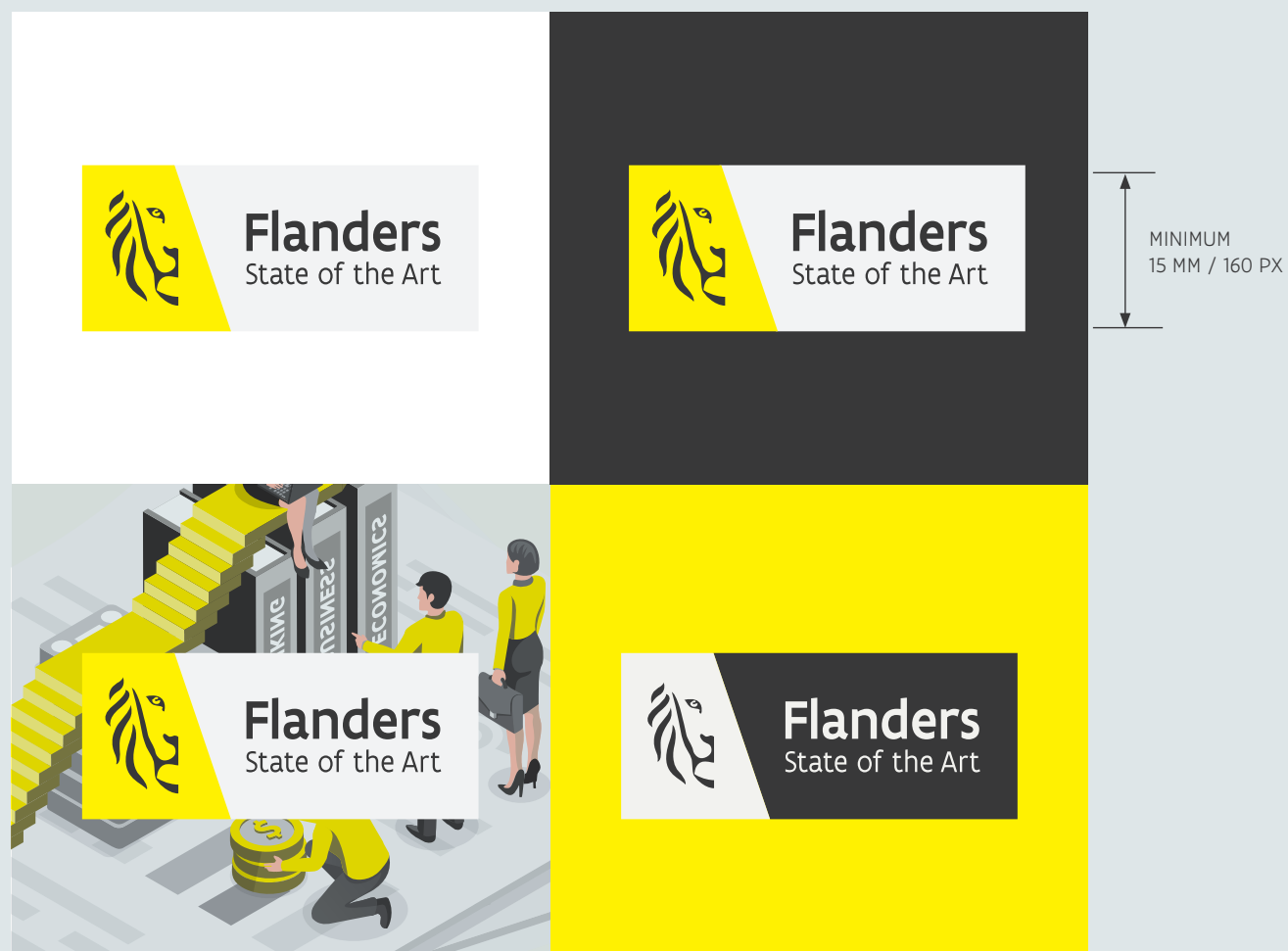
Schuine lijn: maar met de voetjes op de grond, er is een hoek af.

Baseline: toont trots onze ambitie.

Logo's.

INTERNATIONAAL LOGO

Het 'Flanders State of the Art'-logo is verplicht prominent aanwezig in in alle 'anderstalige' communicatie.



Alle logo's zijn, ongeacht de drager, minstens 15 mm / 160 px hoog. Zie pagina 34 voor de formaattoepassingen.

Het projectteam Merkbeleid maakt alle corporate en entiteitslogo's. Vraag je logo aan via merkbeleid@vlaanderen.be

ENTITEITSLOGO

FLANDERS CHANCELLERY & FOREIGN OFFICE

Het entiteitslogo is ondergeschikt aan het internationaal logo en wordt alleen als typografisch afzenderlogo gebruikt. De naam van de entiteit staat in de taal waarin wordt gecommuniceerd.



! Let op: het is niet toegestaan om andere logo's te maken en te gebruiken dan de internationale logo's en entiteitslogo's.

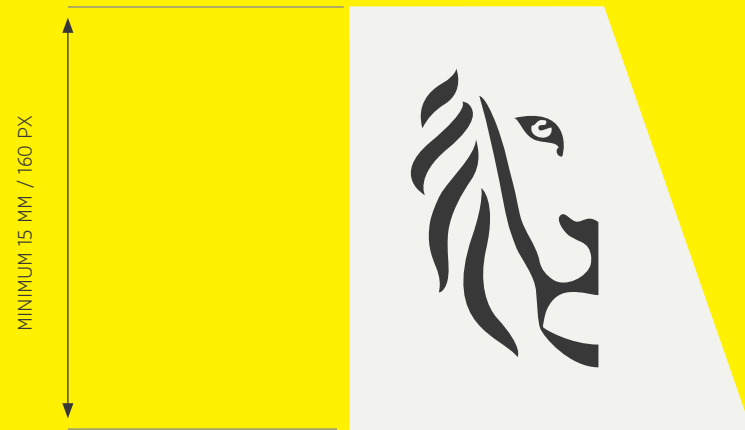


Op deze site van de Vlaamse overheid vind je alle geijkte vertalingen van de entiteiten terug <https://www.vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/vertalingen>

Schuin vlak.

TRAPEZIUMLOGO (ZIE HOOFDSTUK 2.2 DIGITAAL)

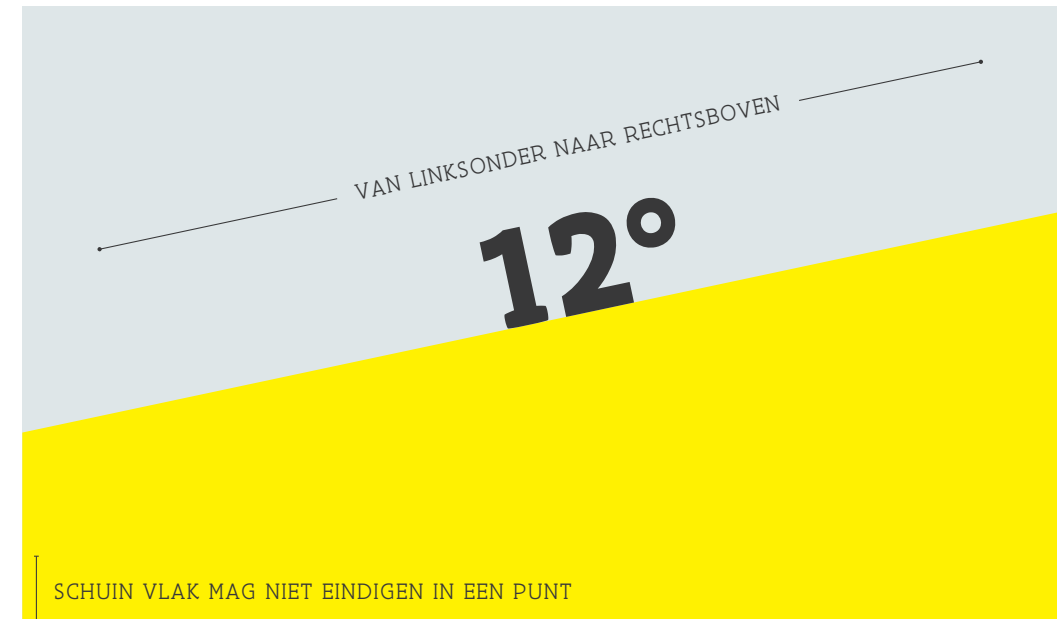
Als de breedte van de drager kleiner is dan 2x de breedte van het internationaal logo en de tekst in het internationaal logo niet meer leesbaar is, gebruik je het trapeziumlogo in de plaats van het internationaal logo.



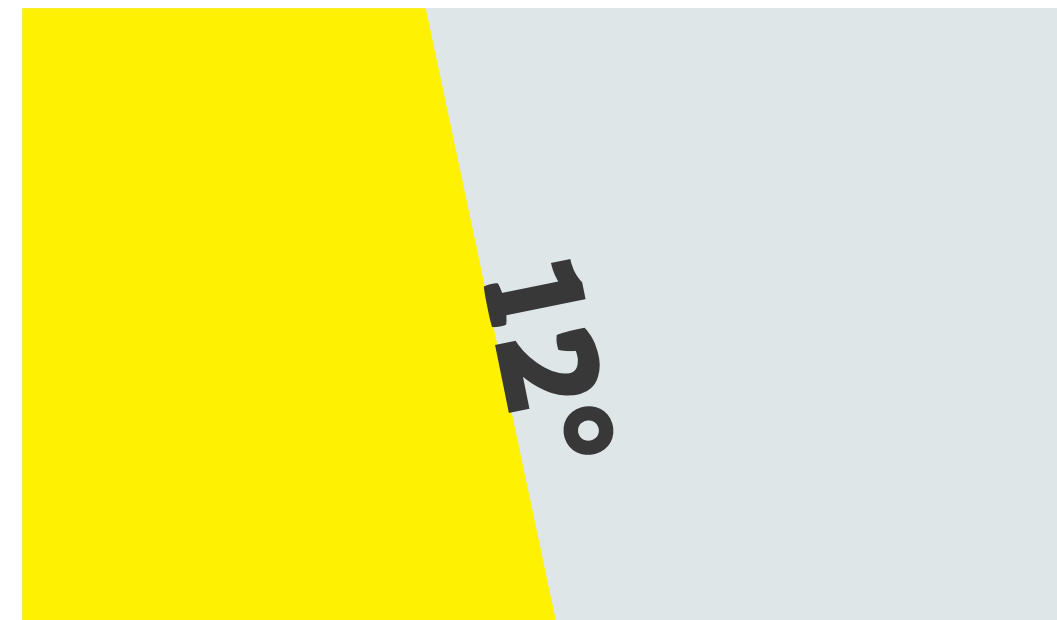
Het trapeziumlogo is, ongeacht de drager, minstens **160 px/15 mm** hoog. Standaard is het trapeziumlogo **190 px** hoog op video en film.



De leeuwenkop is altijd 92%. Het trapeziumlogo met de uitgespaarde of transparante leeuwenkop wordt enkel gebruikt wanneer het logo in 1 kleur gedrukt wordt op een donkere achtergrond.



Het schuine vlak komt op verschillende manieren voor in de huisstijl. Het vlak loopt echter altijd van linksonder naar rechtsboven en de vaste hellingsgraad is 12°.



Het projectteam Merkbeleid maakt alle logo's. Vraag je logo aan via merkbeleid@vlaanderen.be



Kleurenpalet.

Geel is steeds de typerende kleur voor alle internationale communicatie. Andere kleuren kunnen in combinatie met de hoofdkleuren gebruikt worden, maar **geel is steeds herkenbaar als hoofdkleur**.



GEEL

C O M O Y 100 K 0
R 255 G 235 B 0
HEX FFED00
PANTONE Yellow C
RAL 1026

ZWART

C O M O Y 0 K 92
R 60 G 61 B 60
HEX 3c3d3c
PANTONE 447
RAL 7021

GRIJS

C O M O Y 2 K 5
R 246 G 245 B 243
HEX f6f5eE
PANTONE Cool gray 1
RAL 7035

Percentage van deze kleuren mogen ook gebruikt worden (100% 75% 50% 25%)

Lettertype.

Het lettertype Flanders Art is een fontfamilie die speciaal voor de Vlaamse overheid is ontwikkeld en mag alleen gebruikt worden voor projecten van en voor de Vlaamse overheid. Het unieke lettertype bestaat in verschillende varianten zoals 'thin', 'light', 'regular', 'medium', 'bold', 'black', zowel 'italic' en 'condensed' in 'sans' en 'condensed' in 'serif'. Logo's bevatten vooraf bepaalde gewichten en groottes van het lettertype die je niet mag veranderen. Maar speel gerust met het lettertype in titels of doorlopende tekst. Je kunt het zelfs gebruiken als centraal grafisch element zoals hieronder.



Alleen medewerkers van de Vlaamse overheid kunnen het lettertype downloaden op overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/het-flanders-art-lettertype



Heb je geen toegang?
Neem dan contact op via merkbeleid@vlaanderen.be.

FLANDERS ART SANS

cutting edge

DESIGN CULT
innovative concepts

rigorous research attitude & thorough investigations

ARTISTIC MIND-SET

in harmony with latest technologies

FLANDERS ART

SERIF & SANS FONT FAMILY

visual experiments

FASHION FORWARD

* respectful of Flemish heritage *

FLANDERS ART SERIF

to-the-point

performing arts
IN YOUR FACE

“harmonious”

... little fluffy clouds...

>> TRENDS <<

UNIQUE & ORIGINAL

ONE OF A KIND

AVANT-GARDE

! Let op: wanneer je het lettertype doorstuurt aan een externe partner, moet altijd het eula (end user licence agreement) meegestuurd worden. Het lettertype mag namelijk enkel gebruikt worden voor projecten van en voor de Vlaamse overheid.

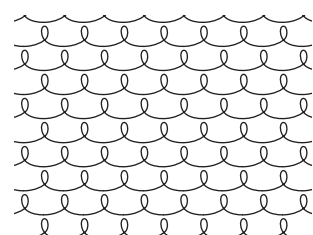
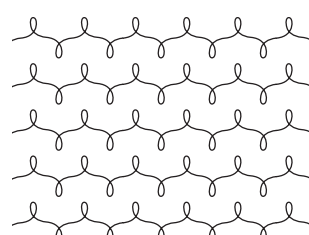
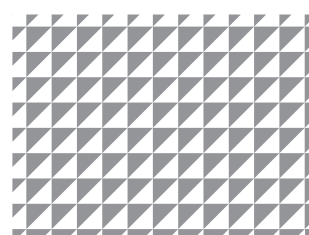
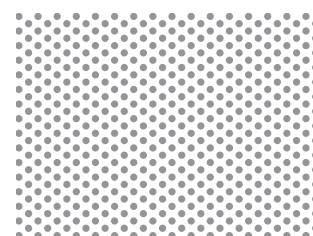
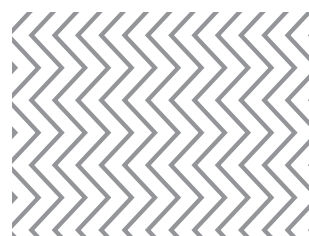
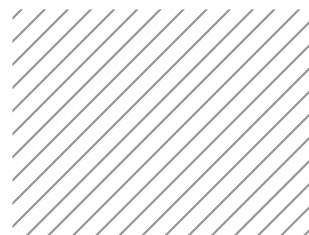
De pdf van het EULA vind je terug op overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/het-flanders-art-lettertype

Grafische patronen.

Binnen de beeldtaal van de huisstijl werden patronen ontwikkeld. Respecteer het grid en de vaste plaats en grootte van de logo's, maar maak gebruik van die structuren als afbeeldingen, achtergrond of centraal grafisch element.

Wees creatief, combineer ze, draai ze om, voeg er kleuren aan toe. Gebruik alleen deze patronen. Pas ze niet aan of vervang ze niet door andere patronen.

Patronen



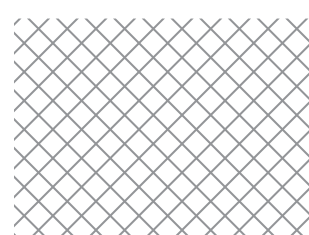
Diagonale lijn



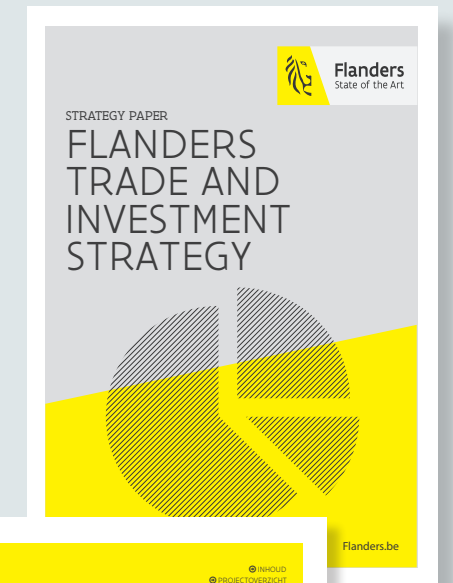
Trapezium en driehoek



Lijnstructuren

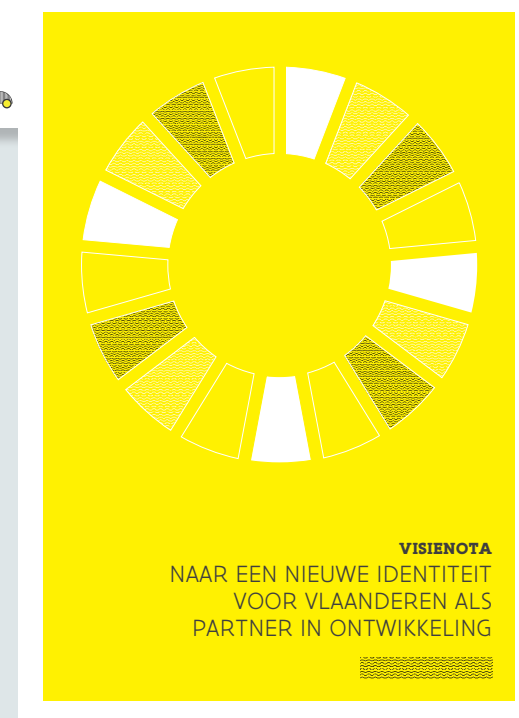
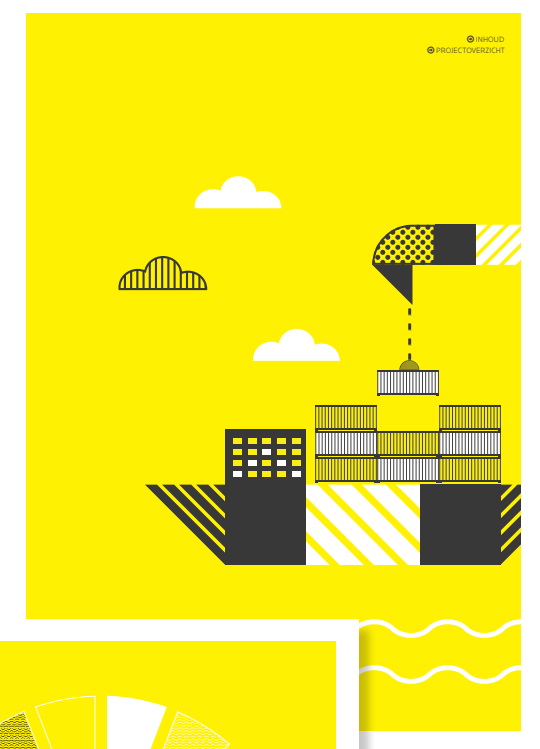


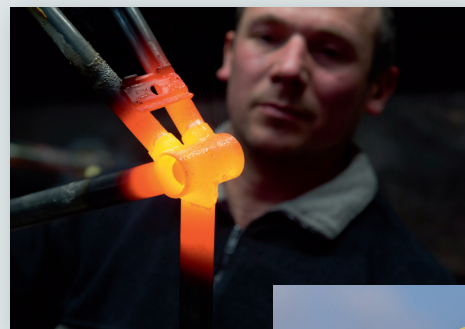
Download de patronen via overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/grafische-patronen



2 A11

ALGEMENE INFORMATIE		Omschrijving van het project
Beleidsdomein	Mobiliteit en Openbare Werken	<p>Vlaanderen identificeerde in 1997 een aantal zogenaamde missie links. Om een aantal van deze missie links te realiseren, werd gekozen naar een uitvoering via alternatieve financiering.</p> <p>Het project A11 te Brugge betreft de aanleg van een verbinding tussen de gemeentebanden 149 te Krokke (Westkapelle) en N11 te Brugge via een nieuw aan te leggen hoofdweg, uit te bouwen volgens de Europese normen voor autostradeswegen. Dit vormt de zuidelijke begrenzing van de achterkanten van Zeebrugge. De aanleg heeft een totale lengte van 12 kilometer en bestaat uit bouwkundige kunstwerken inclusief 3 tunnels, 2 bruggen - waarvan 1 beweegbare - en 9 ecopassages, 15 kilometer nieuwe fietspaden.</p> <p>Wegstreefde doelstellingen</p> <p>De Vlaamse Regering hechtte op 25 november 2005 haar goedkeuring aan een concept en aanpak om via alternatieve financiering een substantiële inhaalbeweging betreffende openbare werken te realiseren, waarbij in de eerste plaats het realiseren van een aantal zogenaamde missie links wordt beoogd. Het elimineren van de ontbrekende schakels in het Vlaamse wegennet en het wegwerken van de capaciteitsbeperkende knelpunten zijn belangrijke voorwaarden om een vlotte verkeersdoorstroming te garanderen in Vlaanderen.</p>
Minister	Lydia Peeters	
Betrokken entiteit	HOW - Agentschap Wegen en Verkeer	
Andere betrokken entiteiten	PHV	
Gerelateerde projecten	Andere Via-invest projecten	
Classificatie	Niet-geherkwalificeerd PPP-project	
ESR Impact	ESR-neutraal	
Uitvoeringsvorm	DBFM	
Loopijd contract	30 jaar (tot 2047)	
Private partner	Via A11	
Huidige fase van het project	Operationele fase	





Fotografie.

De huisstijl werd geënt op de merkessentie van Vlaanderen: **baanbrekend vakmanschap** of **cutting edge craftsmanship**. Vlaanderen is het verhaal van mensen als makers, gedreven door kennis en kunde. Het is belangrijk om daar ook in de keuze van de beeldtaal rekening mee te houden.

Kies bij voorkeur beeldtaal waarbij mensen als makers centraal staan. De beelden, en ook de mensen die figuren in de beelden, zijn niet artificieel, maar authentiek. Ze worden zo natuurlijk mogelijk weergegeven. De mensen zijn van vlees en bloed. Zulke beelden verhogen de authenticiteit en geloofwaardigheid. Sterk gemanipuleerde foto's worden afgeraden.

Interpreteer vakmanschap of 'craftsmanship' niet eng door het louter te associëren met ambacht en artisanale producten. In combinatie met baanbrekend of 'cutting edge' gaat het om vakkennis op een innovatieve en unieke manier toepassen.

In de beelden over Vlaanderen is er altijd aandacht voor een genuanceerde en niet-stereotyperende beeldvorming, bijvoorbeeld wat betreft gender, handicap en seksuele diversiteit. Vooroordelen en andere achterstellingsmechanismen hebben geen plaats in Vlaanderen. Dat moet ook blijken uit de communicatie die Vlaanderen voert, en meer bepaald uit de beeldvorming die ermee gepaard gaat.

Het projectteam Merkbeleid stelt raamcontracten ter beschikking voor het schrijven van teksten en het maken van foto's en filmpjes. Alle entiteiten van de Vlaamse overheid kunnen afnemen van die contracten. Meer info vind je op overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl-merkbeleid.



Voorbeelden van fotografie.

Iconen.

Een extra grafisch element in de huisstijl zijn de iconen. Die worden gemaakt in een vormtaal die uniek is voor de huisstijlbeeldtaal. Je kunt de iconen ondersteunend gebruiken om teksten of woorden te illustreren, maar je kunt ze ook prominent gebruiken als campagnebeeld in je ontwerp.

Let erop dat veiligheidssignalisatie niet onder de richtlijnen van de huisstijl valt en wordt opgelegd door het kb van 17 juni 1997 over betreffende de veiligheids- en gezondheidssignalering.



ICOON TROFEE
zwart/wit



ICOON TROFEE
negatief

Download de iconen via: overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijl-iconen

De iconen worden centraal gemaakt door het projectteam Merkbeleid. Vind je een specifiek icoon niet? Neem dan contact op via merkbeleid@vlaanderen.be



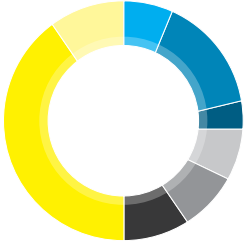
Voorbeelden van iconen in publicaties.

Tabellen en grafieken.

In nauwe samenwerking met Statistiek Vlaanderen zijn grafieken, tabellen en diagrammen ontwikkeld, die getest zijn op leesbaarheid, grijs- en contrastwaarde. In combinatie met de typografie en iconen vullen ze de beeldtaal van de huisstijl aan en kunnen ze toegepast worden voor jaarverslagen en andere meer cijfermatige publicaties.

Lorem ipsum dolor sit ame

Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his, minim insolens deserunt pri eu. Modus virtute rationibus vix ad, ceteros moderatius theophrastus an cum. luvaret phaedrum pri et. Errem salutandi est at.

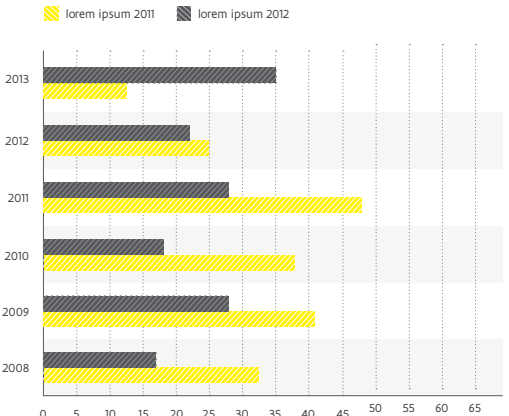


- 10% > lorem ipsum
- 25% > lorem ipsum
- 5% > lorem ipsum
- 10% > lorem ipsum
- 10% > lorem ipsum
- 12% > lorem ipsum
- 78% > lorem ipsum
- 12% > lorem ipsum

BRON: Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his

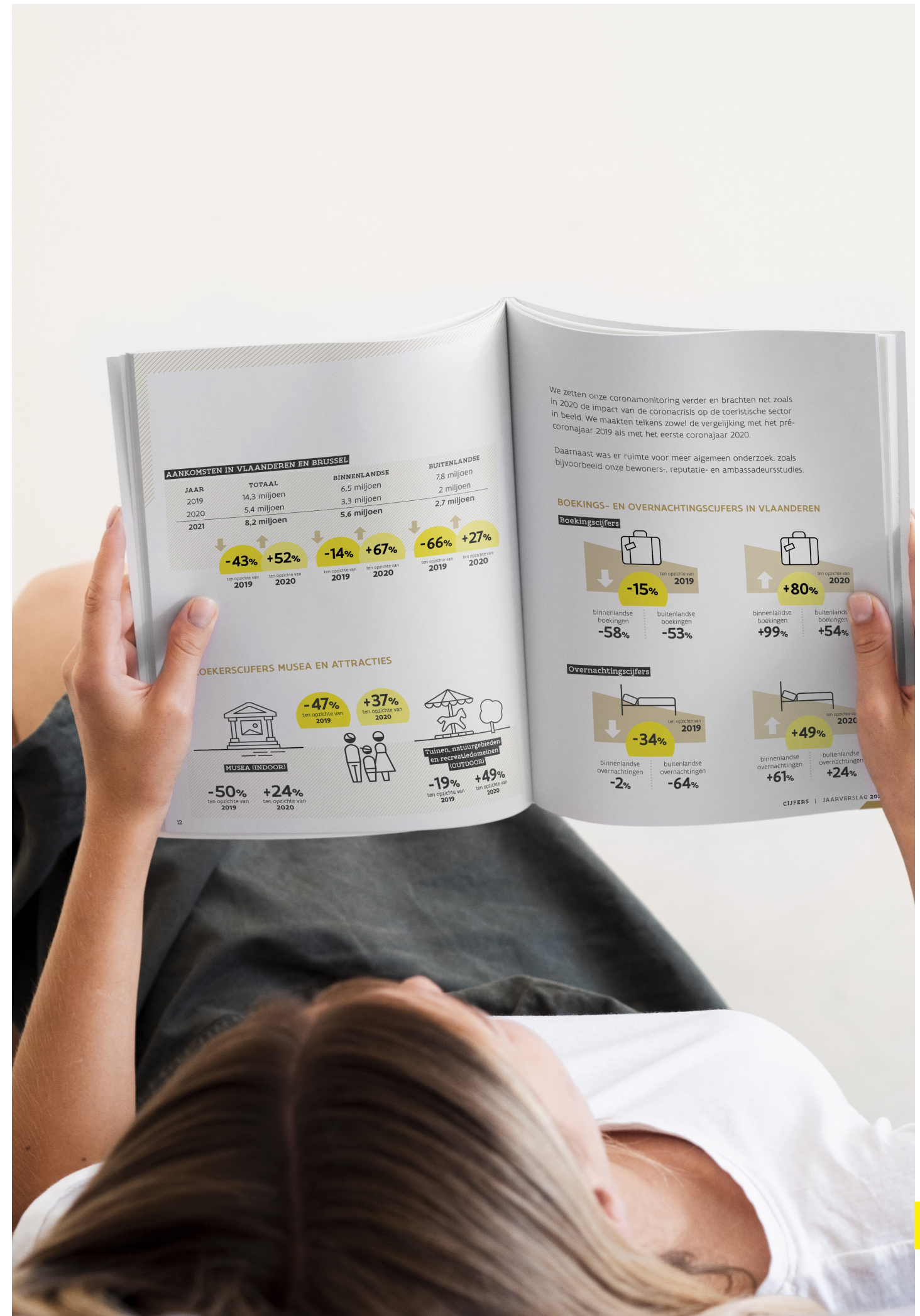
Lorem ipsum dolor sit ame

Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his, minim insolens deserunt pri eu. Modus virtute rationibus vix ad, ceteros moderatius theophrastus an cum. luvaret phaedrum pri et. Errem salutandi est at.



BRON: Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his

* lorem ipsum dolor sit amet
 ** lorem ipsum dolor sit amet
 *** lorem ipsum dolor sit amet



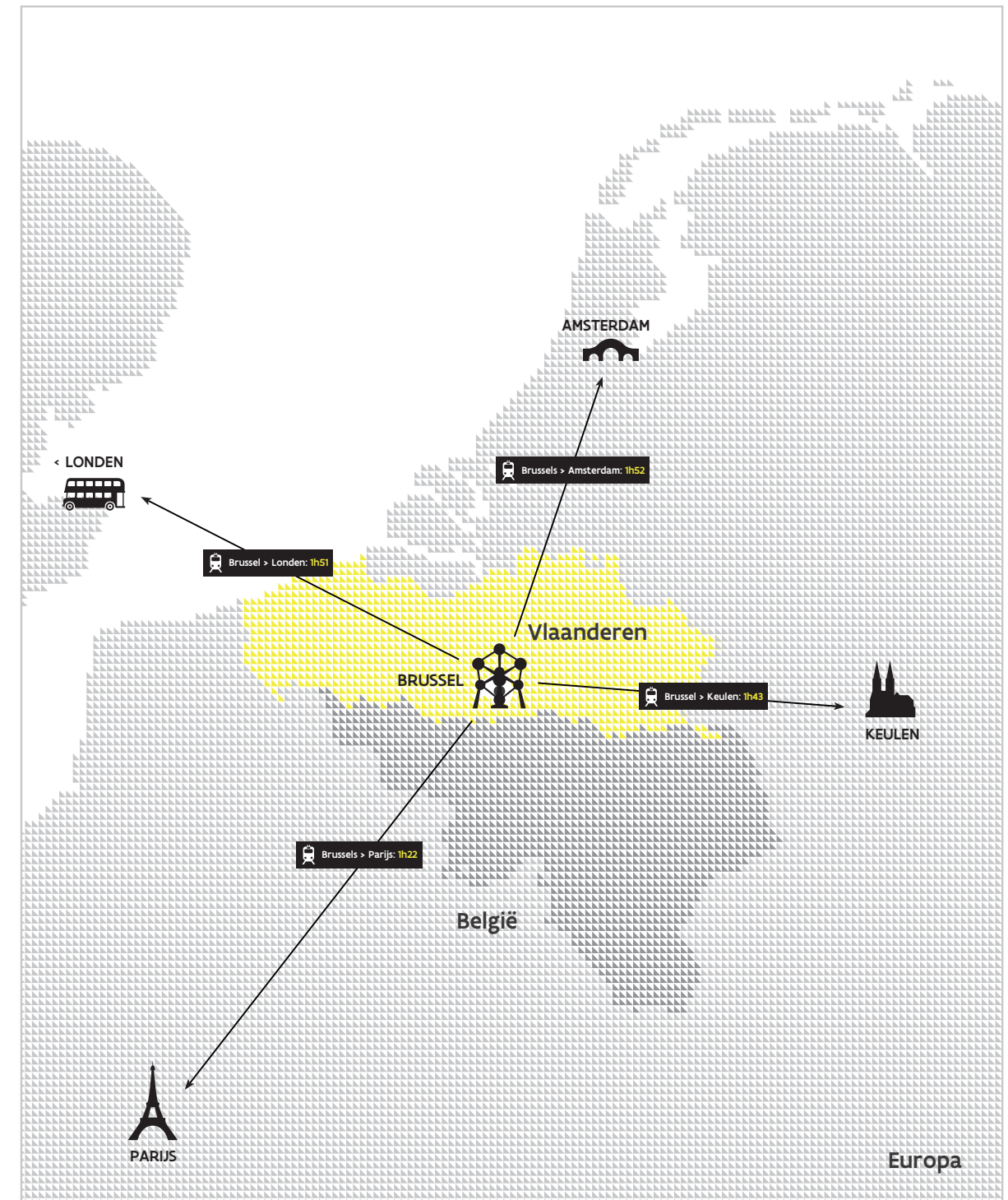
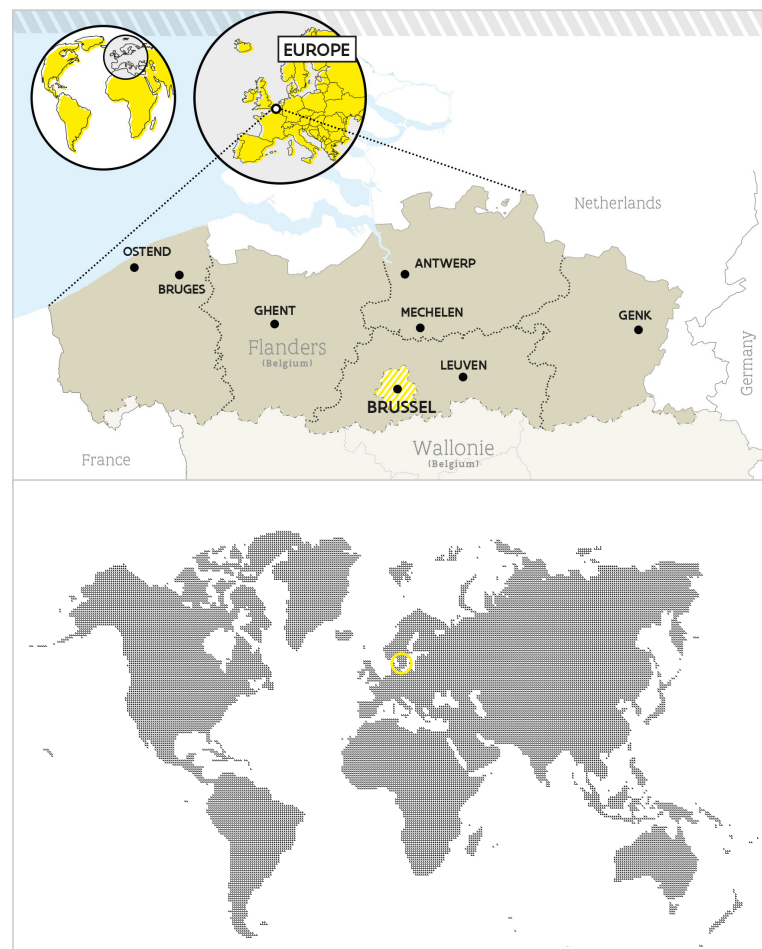
Cartografie.

Gebruik de **kant-en-klare kaarttemplates** die conform de huisstijl worden gemaakt. Welk kaartje je gebruikt, hangt af van de doelgroep.

- De kaart van Vlaanderen wordt alleen in communicatie in Vlaanderen en België gebruikt.
- De kaart met Vlaanderen in België wordt gebruikt bij de communicatie binnen Europa.
- De kaart met Europa wordt gebruikt bij communicatie buiten Europa.

Pas je zelf de kaartjes aan, let dan op deze elementen:

- De gemeenten Voeren en Baarle-Hertog maken deel uit van de kaart van Vlaanderen.
- De gemeente Komen-Waasten hoort er niet bij.
- Duid altijd het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest aan (minstens met een contour of kleur).
- Duid altijd de stad Brussel aan (minstens met een stip).
- Gebruik voor de kaart met België en Europa altijd de vorm die hieronder is weergegeven.



Lorem ipsum dolor.

Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his, minim insolens deserunt pri eu. Modus virtute rationibus vix ad, ceteros moderatius theophrastus an cum. Iuvaret phaedrum pri et. Errem salutandi est at.



Toepassingen.

2

Print.

2.1

Basisgrid.

PLAATSING VAN DE LOGO'S OP DE A-FORMATEN

Het internationaal logo wordt rechtsboven geplaatst op drukwerk zoals folders, affiches en brochures. Het entiteitslogo staat altijd linksonder in het wit op een kleurvlak of in kleur op een wit vlak. Dat vlak is bij voorkeur een trapezium, maar kan ook een rechthoek zijn.

De afmetingen hangen af van het formaat van het drukwerk en staan op pagina 34 beschreven.

Contactgegevens

Government
of Flanders
Herman Teirlinckgebouw
Havenlaan 88, 1000 Brussels,
Belgium
flanders.be



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/stationary-internationaal>

Internationaal
logo

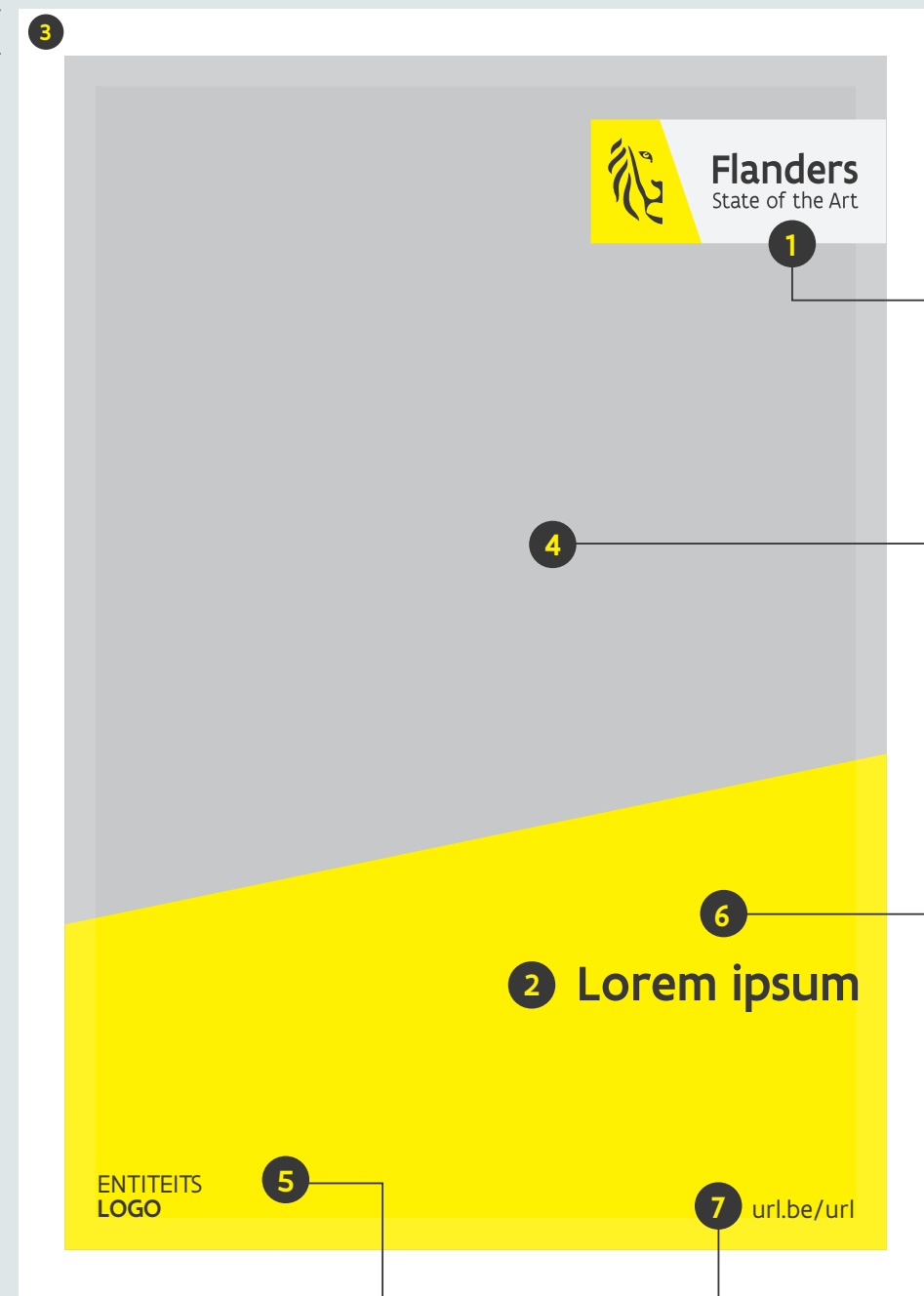


Url

Entiteitslogo

Print.

Als de witte **pas-partout** gebruikt wordt, geldt er voor elk A-formaat een vaste breedte (zie tabel pagina 34).



Bij opmaak met pas-partout is de afstand tussen de rand van de pas-partout en het internationaal logo gelijk aan 1/2 van de hoogte van het internationaal logo.

Internationaal logo: zie tabel pagina 35 voor de hoogte per A-formaat.

Centraal staat het **campagnebeeld**.

Schuine vlak of rechthoek:

- het **schuine vlak** kan in hoogte verschillen, maar heeft altijd **een hoek van 12°**.
- Het **formaat van de rechthoek** wordt bepaald door het A-formaat, zie pagina 34.

Voorbeeld: affiche

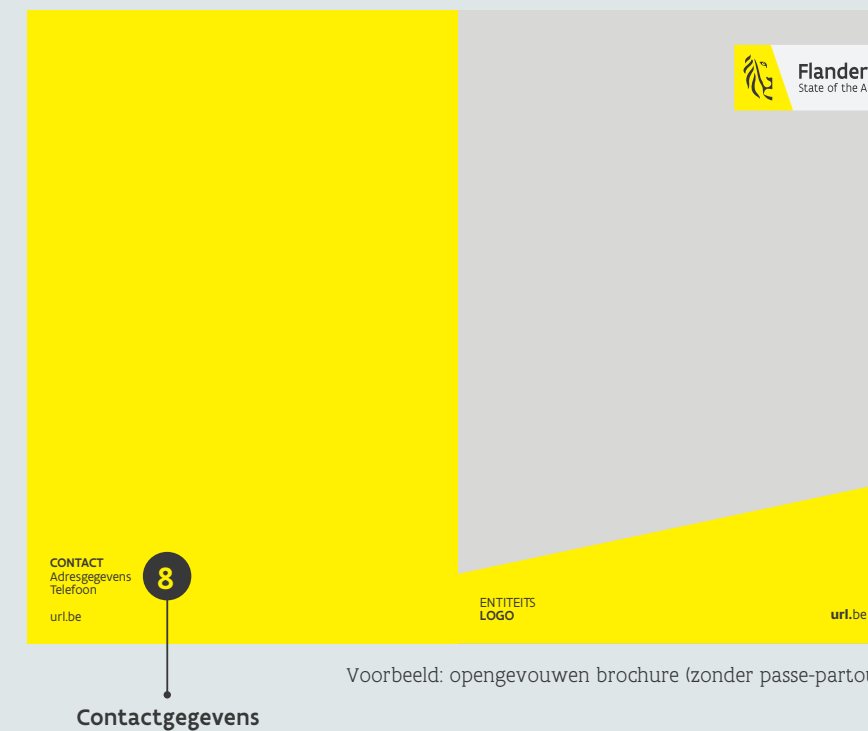
Entiteitslogo

Url (in onderkasten)

De basisgrid bevat de volgende elementen:

- 1 Internationaal logo rechtsbovenaan**
- 2 Titel of campagneboodschap (vrij te plaatsen)**
- 3 Passe-partout, altijd wit**
Affiches hebben altijd een witte pas-partout, advertenties, brochures en folders niet noodzakelijk.
- 4 Beeld (foto of illustratie)**
- 5 Entiteitslogo (afzender) linksonderaan**
- 6 Het trapezium in een hoofdkleur, of in wit.**
Als alternatief mag ook de rechthoek of de lijnen gebruikt worden, zie ook voorbeelden op pagina 33.
- 7 Url rechts onderaan**
- 8 Contactgegevens**
Voor brochures en folders (backcover)

De strikte afmetingen voor de elementen van dit basisgrid verschillen afhankelijk van het formaat van de drager en staan beschreven op pagina 34 en 35.



Bij opmaak zonder pas-partout is afstand tussen de bladrand en het internationaal logo gelijk aan 1/2 van de hoogte van het logo.

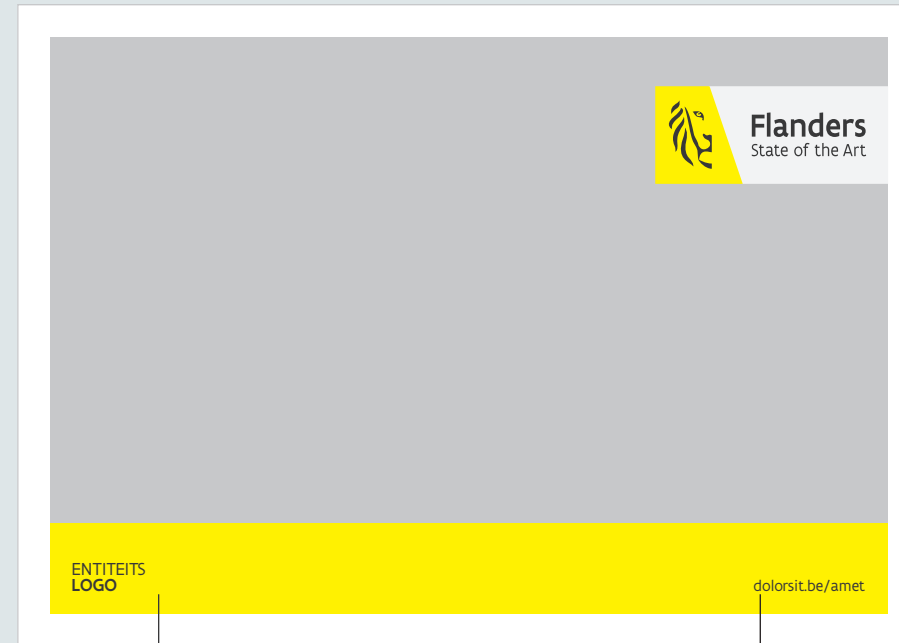
Voorbeeld: opgevouwen brochure (zonder pas-partout)



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/stationary-internationaal>



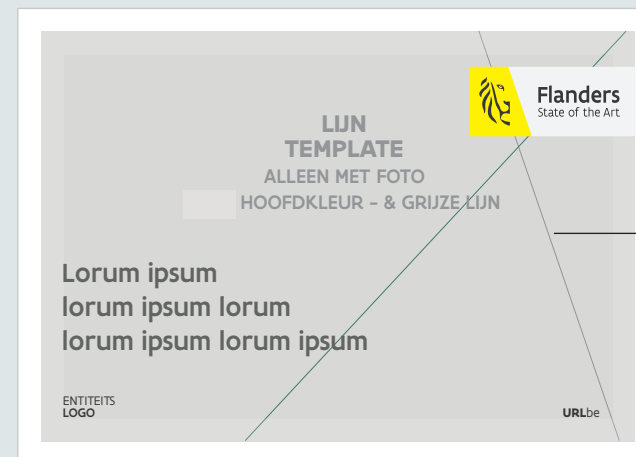
Voorbeelden: horizontale publicaties.



De gekleurde balk van elke campagne heeft per A-formaat een vaste hoogte:
 A2: 60 mm / A3: 42 mm
 A4: 35 mm / A5: 27 mm

Entiteitslogo en URL:

A2: corps 32,5 pt., interlinie 29 pt. / A3: corps 24,5 pt., interlinie 22 pt.
 A4: corps 17 pt., interlinie 15,3 pt. / A5: corps 13 pt., interlinie 11,5 pt.



De lijnen hebben een dikte van 0,35 mm op A4 formaat en worden dikker in verhouding tot het A-formaat



AFMETINGEN ELEMENTEN BASISGRID



INTERNATIONAAL LOGO	
A0: 100 mm hoog	A1: 75 mm hoog
A2: 53 mm hoog	A3: 40 mm hoog
A4: 30 mm hoog	A5: 20 mm hoog
DRIELUIK: 20 mm hoog	



TRAPEZIUM
Het trapezium kan in hoogte verschillen. De minimumhoogte is 10 mm. Het trapezium heeft altijd een hoek van 12 ° , van linksonder naar rechtsboven.



RECHTHOEK	
A0: 120 mm hoog	A1: 85 mm hoog
A2: 60 mm hoog	A3: 42 mm hoog
A4: 35 mm hoog	A5: 27 mm hoog
DRIELUIK: 27 mm hoog	

WITTE PASSE-PARTOUT	
A0: 30 mm	A1: 25 mm
A2: 20 mm	A3: 15 mm
A4: 10 mm.	A5: 8 mm

Affiches hebben altijd een witte passe-partout, advertenties, brochures en folders niet noodzakelijk.

ENTITEITS LOGO

ENTITEITSLOGO 1 REGEL	
A2: 7,5 mm hoog	A3: 6 mm hoog
A4: 4,3 mm hoog	A5: 3,3 mm hoog
ENTITEITSLOGO 2 REGELS	
A2: 18 mm hoog	A3: 13,5 mm hoog
A4: 9,5 mm hoog	A5: 7 mm hoog
ENTITEITSLOGO 3 REGELS	
A2: 28 mm hoog	A3: 21 mm hoog
A4: 15 mm hoog	A5: 11 mm hoog
ENTITEITSLOGO 4 REGELS	
A2: 38 mm hoog	A3: 29 mm hoog
A4: 20 mm hoog	A5: 15 mm hoog

Het **entiteitslogo** (bij voorkeur in kapitalen) bestaat altijd uit een combinatie van van Flanders Art Sans of Serif, in Light en Medium.

URL COVER	
A0: corps 69,5 pt., interlinie 62,3 pt.	A1: corps 49 pt., interlinie 44 pt.
A2: corps 32,5 pt., interlinie 29 pt.	A3: corps 24,5 pt., interlinie 22 pt.
A4: corps 17 pt., interlinie 15,3 pt.	A5: corps 13 pt., interlinie 11,5 pt.

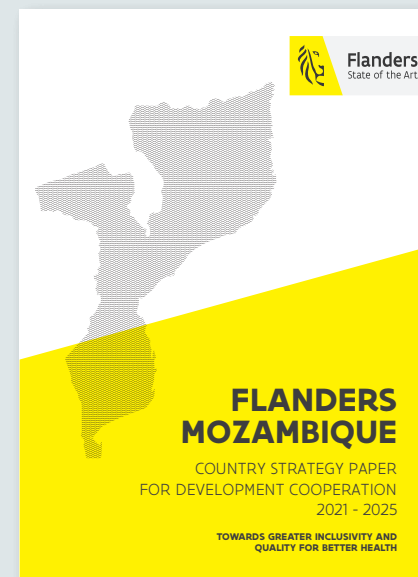
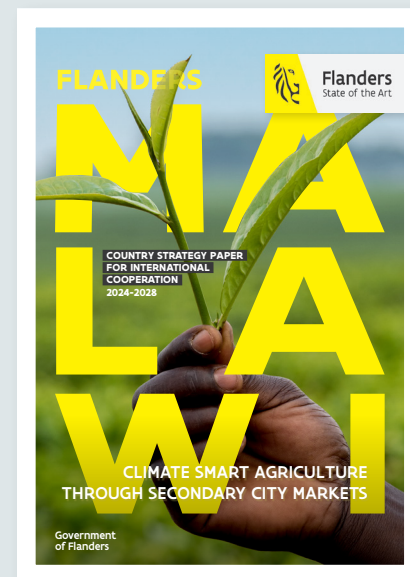
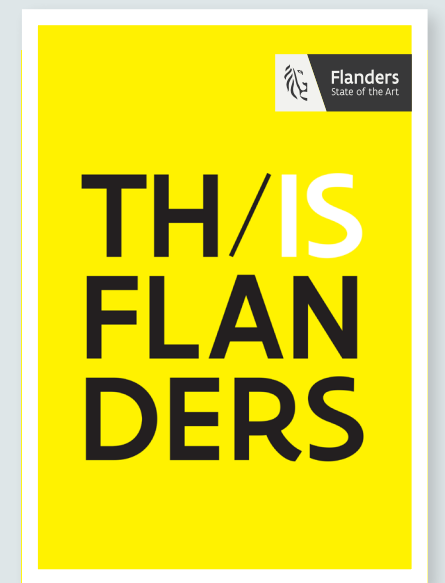
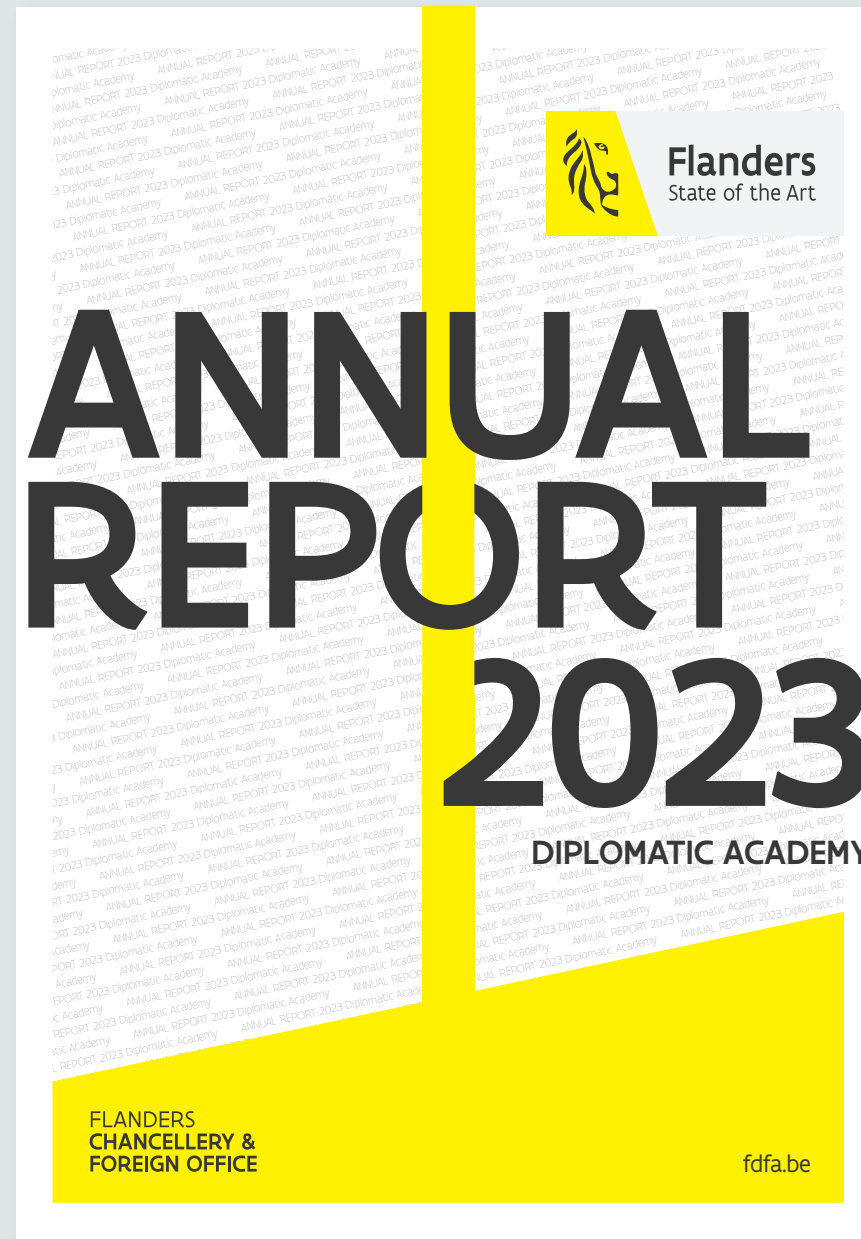
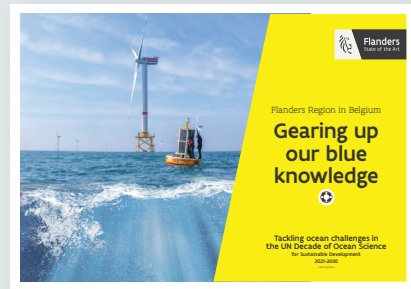
CONTACTGEGEVENS	
A0: corps 44 pt., interlinie 50 pt.	A1: corps 32 pt., interlinie 37 pt.
A2: corps 23 pt., interlinie 26 pt.	A3: corps 18 pt., interlinie 21,5 pt.
A4: corps 12 pt., interlinie 14 pt.	A5: corps 11 pt., interlinie 13 pt.

De **url en contactgegevens** bestaan altijd uit een combinatie van Flanders Art Sans Light en Flanders Art Sans Medium. Ze staan altijd in onderkasten.

AFWIJKENDE FORMATEN

Het internationaal logo staat altijd rechts bovenaan en het entiteitlogo links onderaan. Om de afmetingen van de logo's in krantenadvertenties te bepalen, neem je percentages van de bovenstaande vooraf bepaalde afmetingen.





Partnerschappen.

PARTNERSCHAP KORTE TERMIJN

Werk je samen met een externe partner en jouw entiteit is de trekker van het project.

- 1 dan plaats je het logo van de partner rechts onderaan op de plaats van de URL.
- 2 Zijn er meerdere externe partners, dan plaats je die in een extra balk onderaan.



PARTNERSCHAPPEN LANGE TERMIJN - LABELS

Wanneer je entiteit initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager is van het partnerschap en de samenwerking van lange duur (meer dan 2 jaar) is, dan vervang je het internationaal logo door een label.



Cobranding.

Wanneer de entiteit van de Vlaamse overheid en de externe partner(s) gelijkwaardig zijn en evenveel zeggenschap hebben organisatorisch en financieel, dan spreken we van een cobranding relatie. In dat geval bepaal je in onderling overleg met de partner(s) in welke mate je huisstijlelementen overneemt of niet.

Vaak zullen beide merken evenveel zichtbaarheid willen. Daarom plaats je niet het internationaal logo bovenaan, maar je sponsorlogo links onderaan. De partnerlogo's plaats je even groot rechts onderaan.



Sponsoring.

Wanneer de entiteit van de Vlaamse overheid occasionele subsidieverstrekker en sponsor van een project is dat betaald en geleid wordt door een externe partner en die geen deel uitmaakt van de Vlaamse overheid, dan gebruik je het volle gele overkoepelende subsidielogo Flanders State of the Art'. Omwille van de leesbaarheid moet het logo minstens 15 mm hoog geplaatst worden op drukwerk en 160 pxls hoog in een digitale omgeving.



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/stationary-internationaal>



Digitaal.

2.2

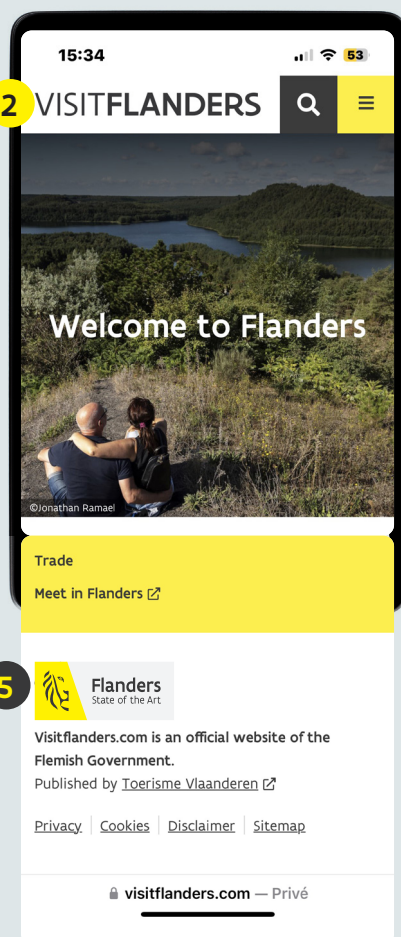
Websites & nieuwsbrieven.

Bij websites is het belangrijk dat de bezoeker in één oogopslag ziet op welke site die is terechtgekomen. Bij nieuwsbrieven moet de ontvanger onmiddellijk weten over welke nieuwsbrief het gaat of van wie die afkomstig is. Het internationaal logo krijgt daarom in beide situaties een minder prominente plaats.

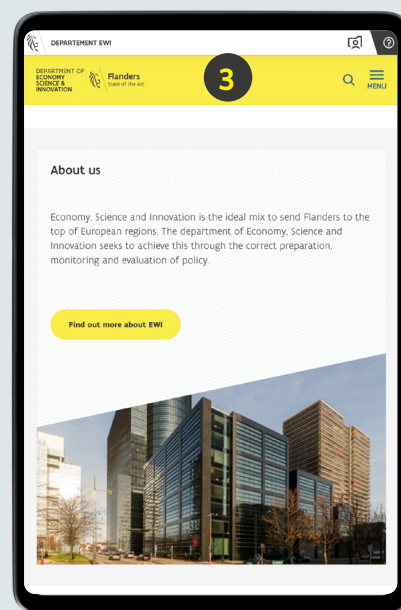
Het **basisgrid** voor websites en nieuwsbrieven:

- 1 de **global header** van het webplatform (vraag die aan via vlaanderen.be/digitaal-vlaanderen/onze-oplossingen/mijn-burgerprofiel/global-header-en-footer).
- 2 de **titel van de site**: het entiteitslogo of de naam van een product of de campagneboodschap in het Flanders Art lettertype.
- 3 de **hoofdkleur** als achtergrond in de header.
- 4 de **huisstijlelementen** zoals iconen en grafische patronen in de body van de site.
- 5 het **volle internationaal logo** in de footer (minimumhoogte minstens 160 px/15 mm).

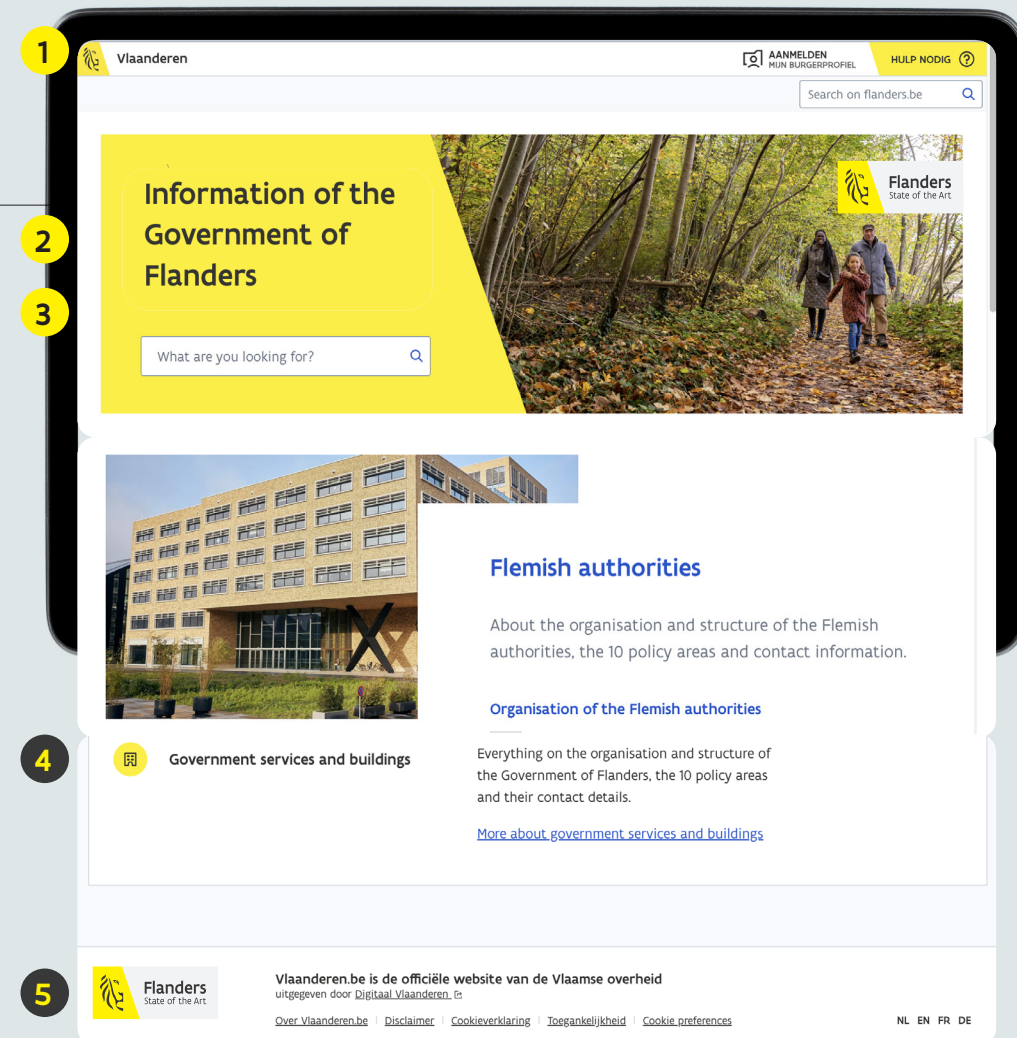
Voorbeeld website



Voorbeeld nieuwsbrief



Doorlopende tekst en titels in nieuwsbrieven worden opgemaakt in calibri, want systemen ondersteunen het Flanders Art lettertype niet.



Online advertenties.

We creëren herkenbaarheid in alle communicatie, door ook bij online advertenties het basisgrid van de huisstijl toe te passen. Alleen als de plaats te beperkt is, kun je daarvan afwijken. Als de breedte van de drager kleiner is dan 2x de hoogte van het internationaal logo en de tekst in het internationaal logo niet meer leesbaar is, kun je daarvan afwijken. Toevoeging van het entiteitslogo is niet verplicht.

Het **basisgrid** voor online advertenties:

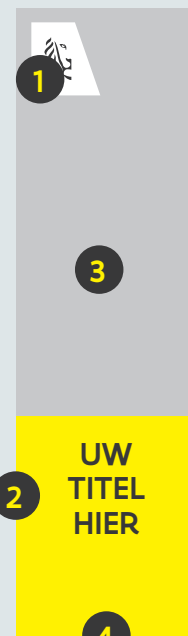
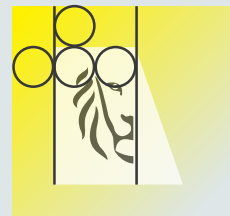
- 1 het **internationaal logo** rechts bovenaan **of trapeziumlogo** links bovenaan.
- 2 een **titel of campagneboodschap** (plaatsing vrij te kiezen).
- 3 een **beeld** (foto of illustratie).
- 4 het **schuine vlak in geel**, in een kleurgradatie van het logo of in wit. *Als alternatief mogen ook de rechthoek of de lijnen gebruikt worden.*
- 5 het is niet verplicht om een **entiteitslogo** toe te voegen, maar het wordt afgeraden wegens het gebrek aan ruimte.



Het **trapezium** kan in breedte verschillen maar heeft altijd **een hoek van 12°**.

De afstand vanaf de rand is gelijk aan 1/2 van de hoogte van het internationaal logo.

Logo
Als de breedte van de drager kleiner is dan **2x de breedte van het internationaal logo en de tekst in het internationaal logo niet meer leesbaar is**, gebruik je het trapezium in de plaats van het internationaal logo.



Sjablonen voor digitale advertenties kunnen gedownload worden via overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/digitale-huisstijl



Alle richtlijnen en technische ondersteuning die voldoen aan de meest recente digitale en gebruikersstandaarden zijn verzameld op onderstaande url.
<https://overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/digitale-huisstijl>

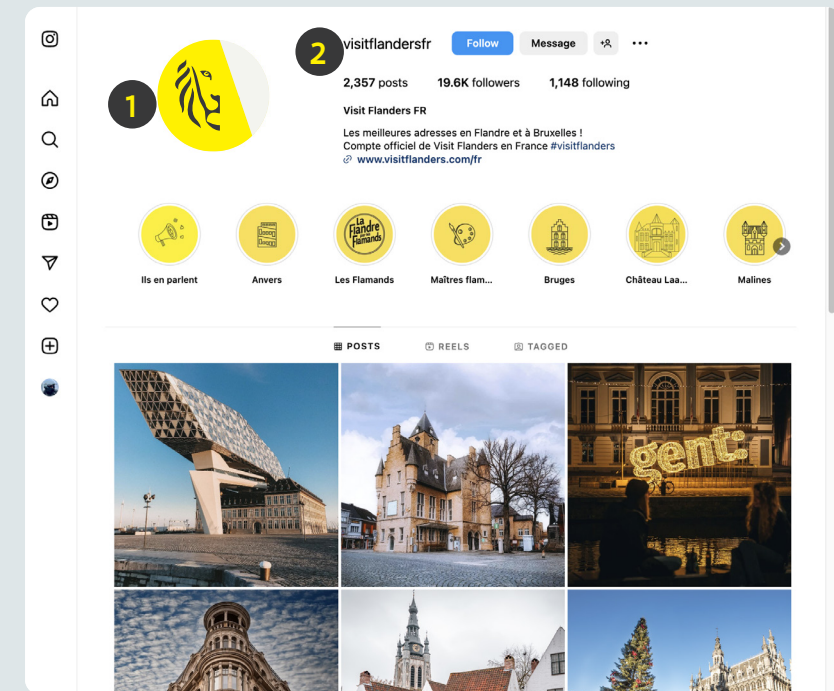
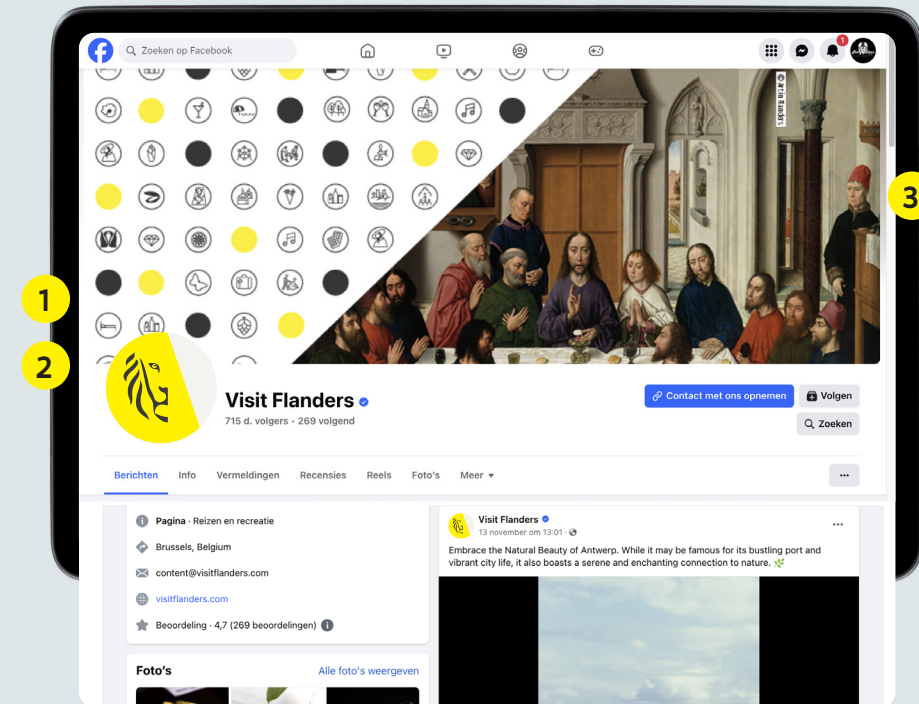
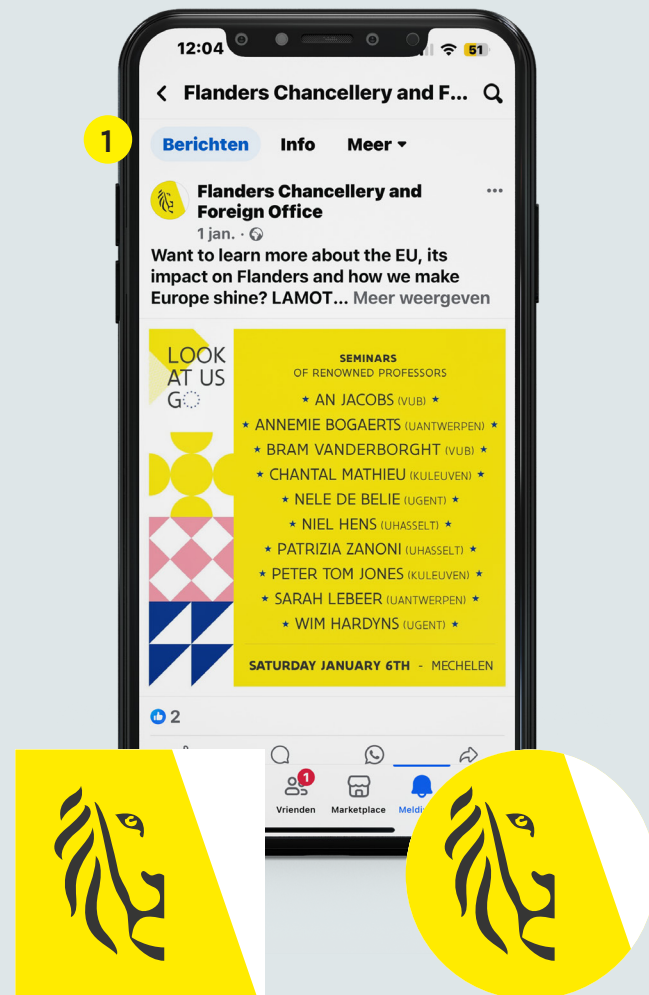
Social media.

PROFIEL

Op een socialemediapagina zijn er drie plaatsen waar je de huisstijlelementen kunt toevoegen. Hoe je die vormgeeft, bepaalt de manier waarop je in een feed zichtbaar bent.

- 1 **Trapeziumlogo met geel** als profielfoto of avatar
- 2 **Titel of naam** van de profielpagina
- 3 **Omslagfoto** van de profielpagina

Logo's zijn niet verplicht op de omslagfoto. Doe je dat wel, gebruik dan altijd de volle logo's.



SOCIALMEDIAPOSTS

Post, reel en story

Elke post, reel of story die wordt weergegeven in de feed, bevat dankzij je profiel het trapezium en de naam.

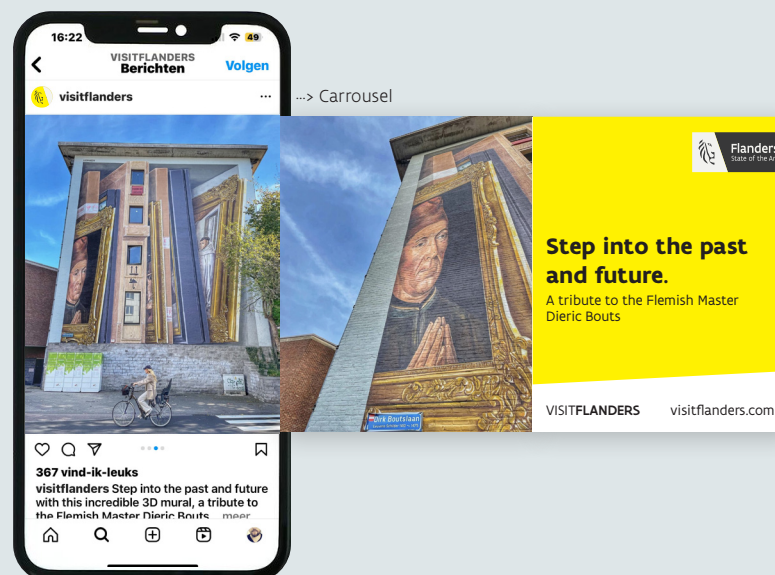
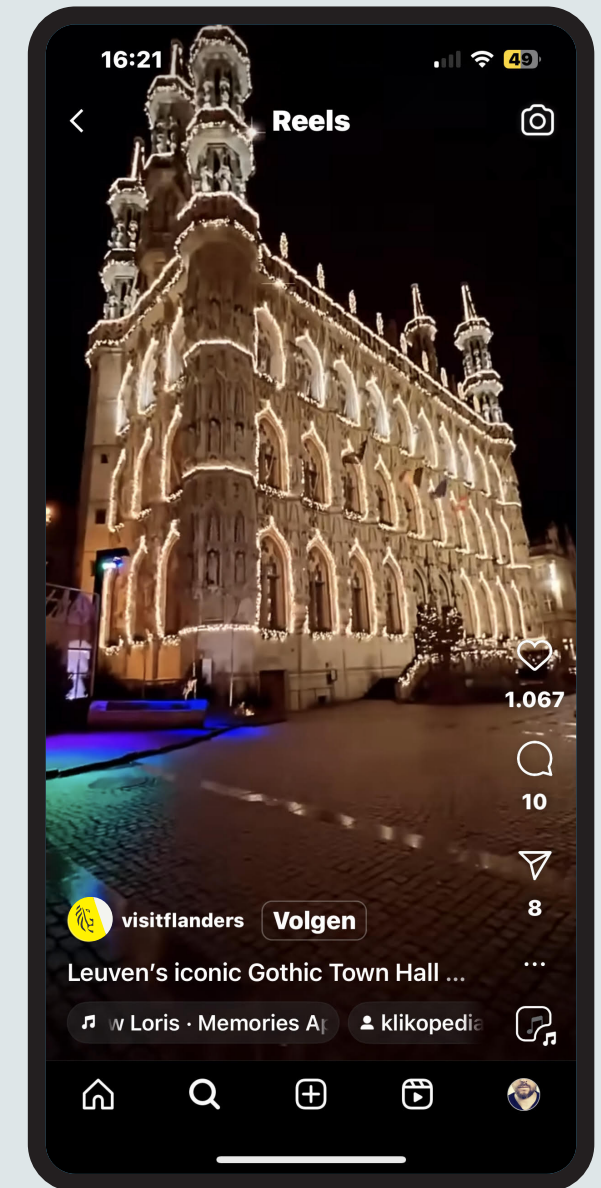
Het is dus niet nodig om logo's toe te voegen aan elke post. Let er echter wel op om altijd de huisstijlelementen zoals het lettertype, de iconen of de grafische patronen toe te passen bij de vormgeving van een post.

In een feed komt alles mooi samen: het trapezium, de naam en de boodschap.

Carrousels, reeksen en filmpjes

Plaats je meerdere afbeeldingen in één keer of post je een filmpje, werk dan met een eindpancarte.

Op de **eindpancarte** plaats je volgens het standaardgrid het internationaal logo rechts bovenaan, het entiteitslogo links onderaan en de url rechts onderaan.



Voorbeelden van socialmediaposts.

Presentaties.

In PowerPoint maken we een onderscheid tussen:

1. **titeldia**
2. **tussentiteldia**
3. **inhoustdia**
4. **einddia**

De titeldia's hanteren het basisgrid van de huisstijl en bevatten altijd:

- 1 het **volle internationaal logo** (minstens 19,5 mm hoog).
- 2 het **entiteitslogo** op maximaal twee lijnen.
- 3 een **URL**.
- 4 het **schuine vlak (12°) in geel**.
Als alternatief mag ook de rechthoek of de lijnen gebruikt worden.
- 5 de **titel** van de presentatie (vrij te kiezen).
- 6 een **beeld** (foto of illustratie) of wit vlak.

Het witte kader is niet verplicht.



TITELDIA



TUSSENTITELDIA



INHOUDSDIA



EINDDIA



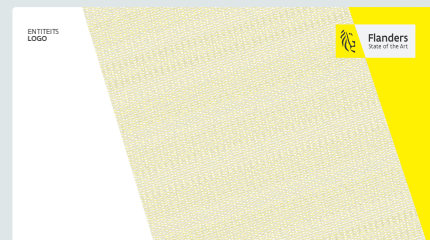
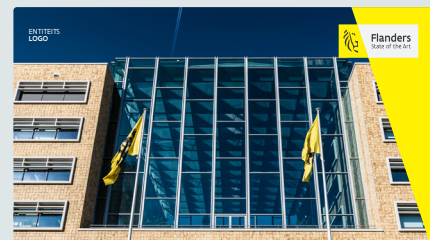
Een tussentitel en inhoustdia bevatten geen logo's, maar wel de herkenbare huisstijlelementen zoals iconen, grafische patronen en het lettertype.



Wil je een PowerPoint-sjabloon op maat van je entiteit? Neem dan contact op met het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be

Teams.

Op een Teamsachtergrond wijken we af van het standaardgrid door het entiteitslogo links bovenaan te plaatsen en niet links onderaan. Op die manier is er minder kans dat het logo verdwijnt achter de persoon.

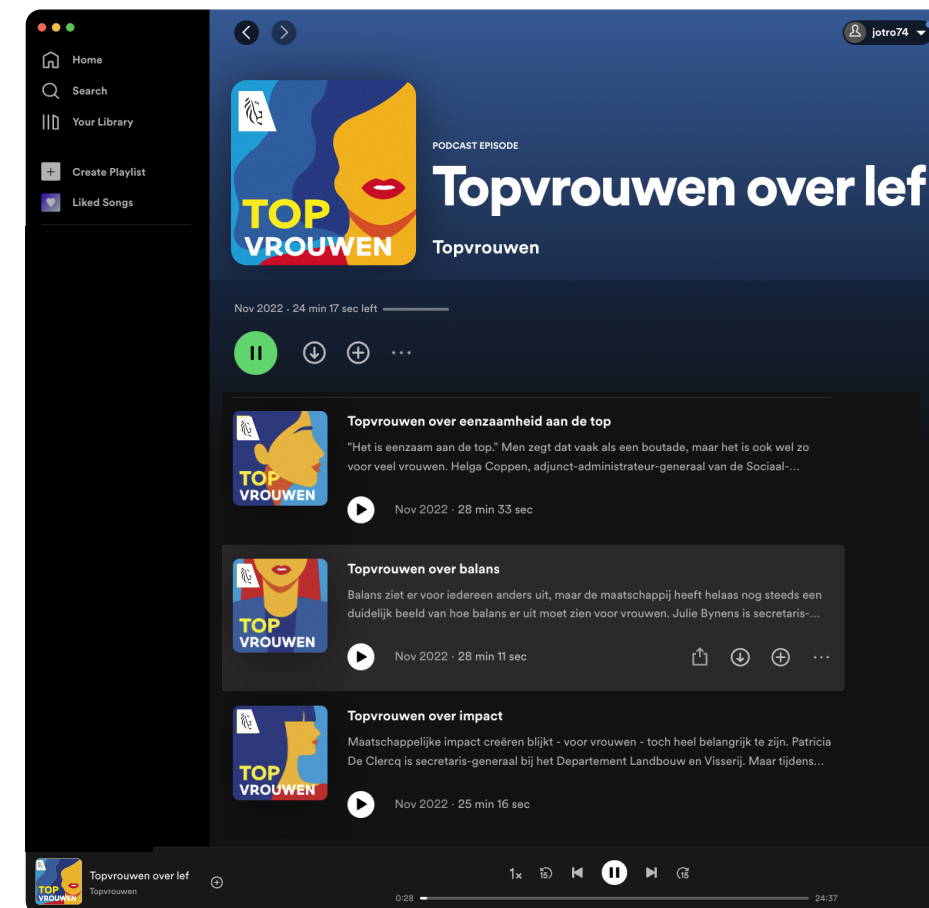


Wil je een Teamsachtergrond op maat van je entiteit?
Neem dan contact op met het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be

Tegels.

PODCASTTEGELS

- Bij podcasttegels is er voldoende plaats om het trapeziumlogo te gebruiken. Op die manier creëer je herkenbaarheid over de podcasts heen.
- Gebruik huisstijlelementen zoals het lettertype, de iconen, de kleuren en de patronen om de tegel vorm te geven.





Video &
audio.

2.3

Video (tv en online).

Tijdens de hele duur van het filmpje plaats je linksboven in de hoek, met afstand van de rand, de leeuwenkop 92% zwart in een witte trapezium, dekking 75%, 190 pixels hoog, resolutie 72 dpi.

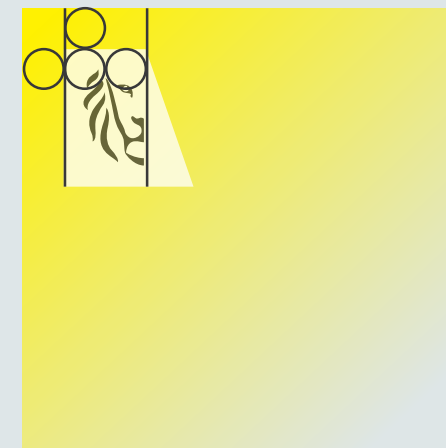
Let op: voor uitzending op tv moet het trapeziumlogo geplaatst worden binnen het frame 'title safe', anders wordt de leeuwenkop op sommige schermen afgesneden.

Voor de muziek tijdens de spot kun je gebruik maken van de brandscore die speciaal voor de Vlaamse overheid werd ontwikkeld (zie pagina 60 'Audiologo en brandscore').

EINDPANCARTE

Op het einde van de spot gebruik je altijd een pancarte die vergelijkbaar is met het basisgrid van de huisstijl en het audiologo van de Vlaamse overheid (zie pagina 60 'Audiologo en soundscore'):

- 1 het **trapeziumlogo**
- 2 het **entiteitslogo** op maximaal twee lijnen
- 3 een **URL**
- 4 het **schuine vlak** in wit (!) met een hellingsgraad van 3 graden.
- 5 de **titel** of **campagneboodschap** (plaats vrij te bepalen)
- 6 een **geel vlak** als achtergrond.



Richtlijnen voor video en webfilmpjes zijn beschikbaar via <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/tv-radiospot-en-webfilmpjes-internationaal>

Audio.



RADIOSPOT

Een radiospot die langer dan 10 seconden duurt, eindigt met een vaste boodschap, gevolgd door het audiologo. Je kunt kiezen uit de volgende tekstjes:

Engels:

- 'An initiative of Flanders';
- 'This message is brought to you by Flanders';
- 'A message from Flanders';
- 'Flanders, State of the Art'

Frans:

- "Une initiative de la Flandre"
- "Réalisé à l'initiative de la Flandre"



AUDIOLOGO, BRANDSCORE EN WACHTMUZIEK

Gebruik als 'signatuur' van radio- en tv-spots en webfilmpjes altijd het **audiologo** van de Vlaamse overheid (2 seconden). Het audiologo kun je niet aanpassen en is hetzelfde voor alle entiteiten van de Vlaamse overheid.

Naast het audiologo is er een volledige brandscore die je kunt gebruiken als achtergrondmuziek bij een radio- of tv-spot of een webfilmpje. De **brandscore** is heel herkenbaar, maar ook divers in verloop. Je kunt afhankelijk van het onderwerp, thema en doel-publiek een soundbite gebruiken. Die past perfect bij het audiologo en zal daarom altijd een meerwaarde zijn om aanvullend te gebruiken in je audiovisuele producties.

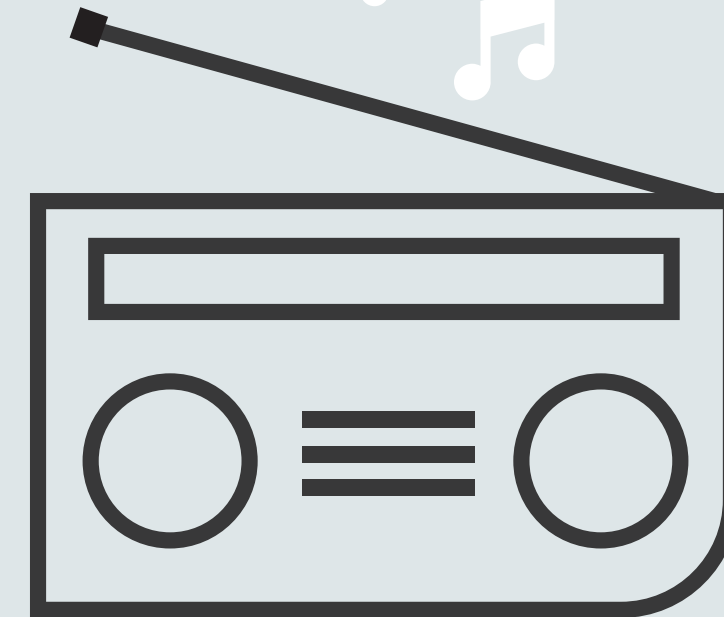
De brandscore bestaat in verschillende soundbites:

- 10 seconden
- 20 seconden
- 30 seconden
- 40 seconden
- 50 seconden.

Er is ook als afgeleide van de brandscore wachtmuziek voor gebruik bij telefoonoproepen. 1700 gebruikt die wachtmuziek nu al.



Download het audiologo en de brandscore via
<https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/tv-radiospot-en-webfilmpjes-internationaal>





Events &
signalisatie.

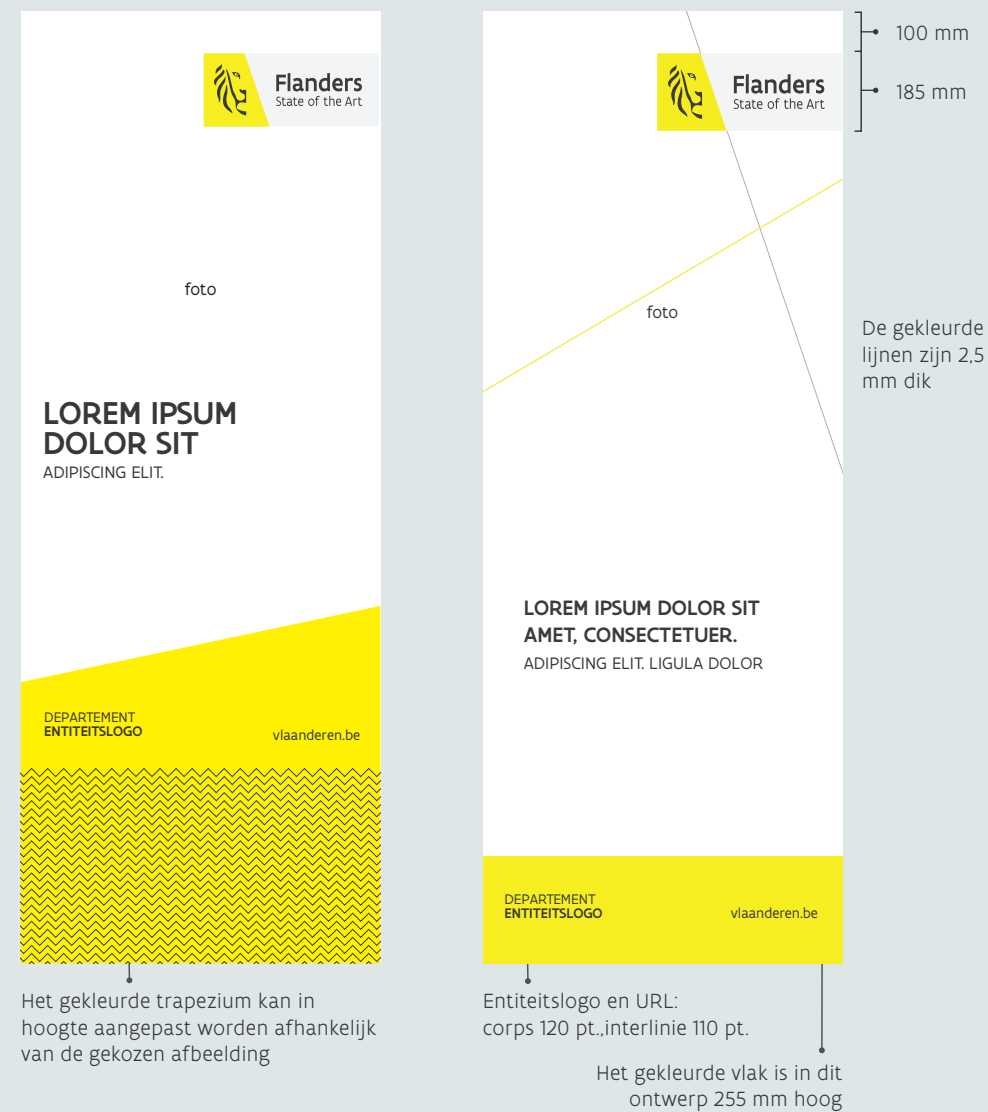
2.4

Evenementen.

ROLL-UPBANNERS

Op roll-upbanners respecteer je zo veel mogelijk het standaardgrid met het internationaal logo rechts bovenaan en het entiteitslogo links onderaan. Let er echter op dat het entiteitslogo niet te laag staat wanneer de roll-upbanners worden gebruikt als achtergrond voor foto's of beursstanden. Dan moet je er namelijk rekening mee houden dat het entiteitslogo niet zichtbaar zal zijn.

De onderstaande roll-upbanners zijn gemaakt volgens **de standaardmaat 850 mm x 2000 mm. Het volle logo op dat formaat is 185 mm hoog** en staat op 100 mm van de rechter bovenhoek.



BEURSSTANDEN

Om de afmetingen van de logo's op beursstanden te bepalen, neem je percentages van de hiernaast bepaalde afmetingen.



Download Indesign-bestanden van de banner via <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/internationale-communicatie/beurzen-en-events-internationaal>.



(BEACH)VLAGGEN



Beachvlaggen zijn te smal om er het internationaal logo op te plaatsen. Als alternatief gebruik je de leeuwenkop in een wit vlak onderaan. De minimumgrootte van de kop is 26 cm voor een beachvlag van 200 cm groot. Boven het witte vlak plaats je een geel vlak met daarop zwarte tekst (Flanders State of the Art, entiteitsnaam of campagneslogan). Om de afmetingen van de logo's op kleinere of grotere beachvlaggen te bepalen, neem je percentages van die afmetingen.



Corporate
drukwerk.

2.5

Corporate drukwerk.

NAAKT INTERNATIONAAL LOGO



Op corporate drukwerk gebruik je een naakte variant van het internationaal logo altijd 92% zwart. Alle naakte internationaal logo's zijn minstens 15 mm hoog.

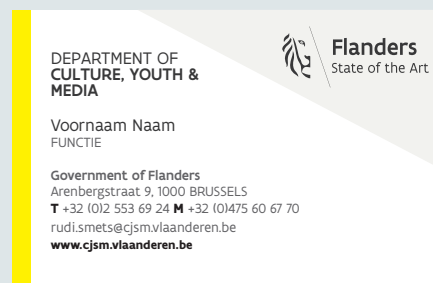
Voorbeeld visitekaartje



Voor kant (enkelzijdig) visitekaartje.



Achterkant (enkelzijdig) visitekaartje.



Engelse zijde van tweetalig visitekaartje.



Op de Nederlandstalige zijde wordt de hoofdkleur van het departement gebruikt.



Samen bouwen we aan een sterk merk!

**DEPARTEMENT
KANSELARIJ &
BUITENLANDSE ZAKEN**

Herman Teirlinckgebouw
Havenlaan 88 bus 100
1000 Brussel