



Vlaamse
overheid

H UIS STIJL GIDS

NIVEAU 1

VERSIE 3.1 - MEI 2025

overheid.vlaanderen.be/huisstijl

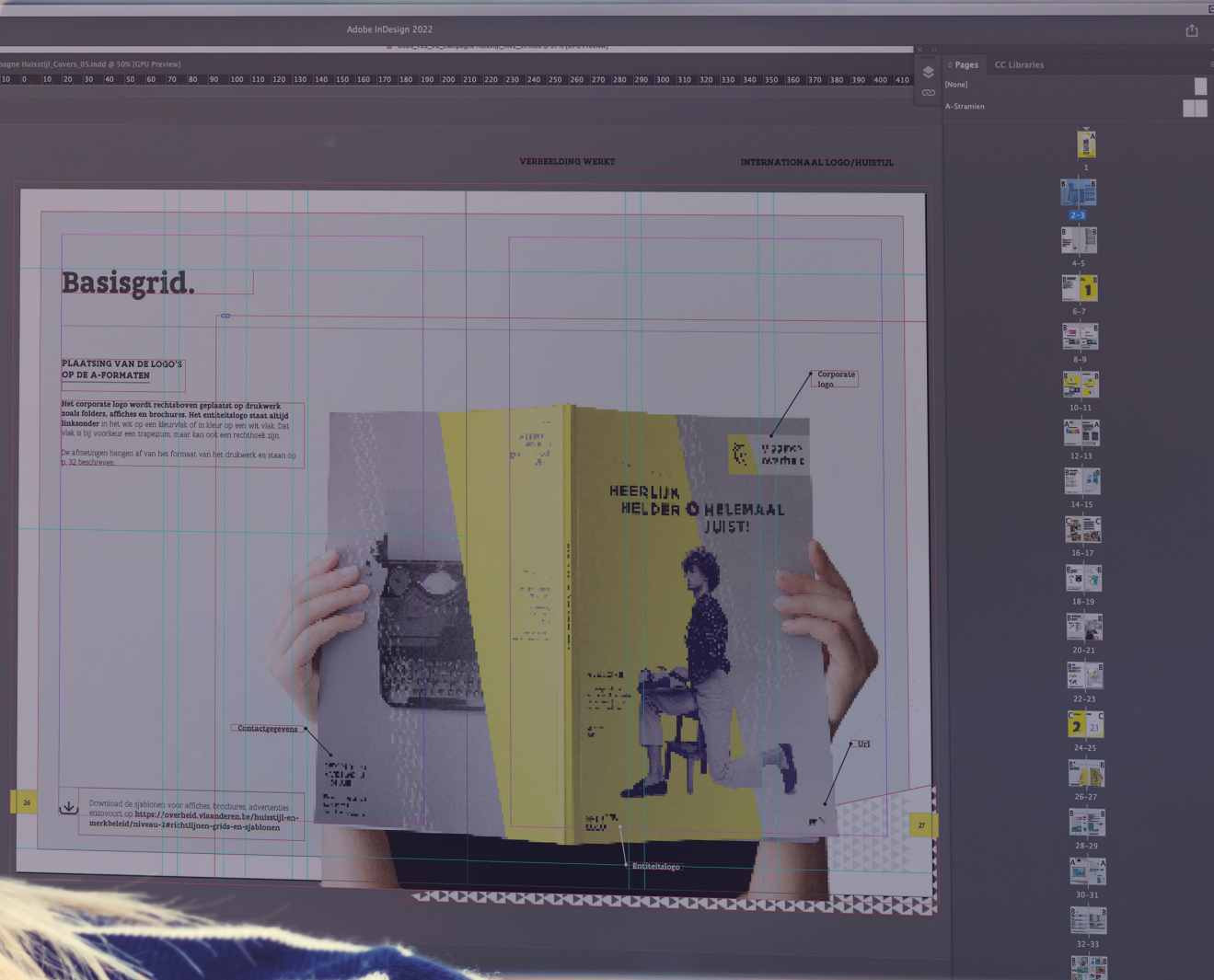
Welkom.

Uit onderzoek blijkt dat burgers na het zien van een boodschap in de huisstijl meer vertrouwen hebben in de Vlaamse overheid. Ze voelen zich serieuzer genomen en beoordelen de communicatie als kwaliteitsvoller. Het correct en consequent toepassen van de huisstijl zorgt dus voor een positieve impact op de beeldvorming van de organisatie. Met de huisstijl maken we zichtbaar wat de entiteiten van de Vlaamse overheid doen om van Vlaanderen een plek te maken waar het goed is om te leven, wonen, werken, studeren...

Deze gids bevat de huisstijlrichtlijnen die van toepassing zijn op alle communicatie (intern, extern, digitaal, niet-digitaal, formeel, informeel...) van de entiteiten van de Vlaamse overheid en hun partners. De huisstijlsite overheid.vlaanderen.be/huisstijl 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.



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: 3.1

Datum: Mei 2025

Depotnummer: D/2023/3241/359

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

Kolombreedte mag zelf bepaald worden.

INHOUDSTABEL

Welkom. 3

Welke communicatie valt onder niveau 1? 6

1. Ons merk 7

Vlaanderen Logo's 8

Logo's 12

Schuin vlak 15

Kleurpalet 16

Lettertype 17

Grafische patronen 18

Fotografie 21

Iconen 22

Tabellen en grafieken 24

Cartografie 26

2. Toepassingen 28

2.1. Print 29

Basisgrid 30

Print 33

2.2. Digital 41

Website & nieuwsbrieven 42

Online advertenties 46

Sociale media 48

Presentaties 52

Teams 54

Tegels 55

2.3. Video & audio 57

Video (tv en online) 58

Audio 60

2.4 Events & signalisatie 63

Evenementen 64

Kledij 68

Voertuigen 69

2.5 Corporate drukwerk 71

Corporate drukwerk 72

LEGENDE



Mail naar e-mailadres.



Download link.



Bezoek de website.

Welke communicatie valt onder niveau 1?

Onder communicatie van niveau 1 verstaan we alle corporate communicatie over beleid, producten, dienstverlening ... van de Vlaamse overheid als geheel naar zowel een breed als een specifiek publiek. Ook de Vlaamse Regering, haar ministers en kabinetten communiceren in niveau 1.

Niveau 1 communicatie wordt toegepast wanneer er over beleidsdomeinen heen wordt gewerkt of het moeilijk is om het onderwerp te koppelen aan 1 bepaald thema. Denk maar aan een gemeenschappelijke ruimte in een overheidsgebouw of hr-communicatie over vacatures van meerdere entiteiten.

Deze richtlijnen zijn van toepassing op interne en externe, digitale en niet-digitale en formele en informele communicatie van entiteiten die over thema's en structuren heen communiceren.

Twijfel je onder welk niveau je moet communiceren?

Gebruik dan de handige **beslissingsboom** die je op de huisstijlsite kunt vinden.

Communiqueer je naar een internationaal publiek?

Raadpleeg dan de **internationale huisstijlgids**.

Communiqueer je in Brussel naar een Nederlandstalig publiek?

Voeg dan het N-logo toe aan je communicatie. Alle info over het N-logo vind je op de **huisstijlsite**.



Alle richtlijnen zijn verzameld op onderstaande url.
overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl-merkbeleid

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.

CORPORATE LOGO

De corporate logo's zijn verplicht prominent aanwezig in alle communicatie. Het 'Verbeelding werkt'-logo gebruik je voornamelijk naar een extern doelpubliek.



Alle logo's zijn, ongeacht de drager, minstens 15 mm / 160 px hoog. Zie pagina 36 voor de formaattoepassingen.



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

ENTITEITSLOGO

DEPARTEMENT FINANCIEN & BEGROTING

Het entiteitslogo is ondergeschikt aan het corporate logo en wordt alleen als typografisch afzenderlogo gebruikt.

Entiteitslogo's bestaan zowel op 2, 3 als 4 regels. Zie pagina 37 voor de formaattoepassingen.



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



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

Schuin vlak.

TRAPEZIUMLOGO (ZIE HOOFDSTUK 2.2 DIGITAAL)



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

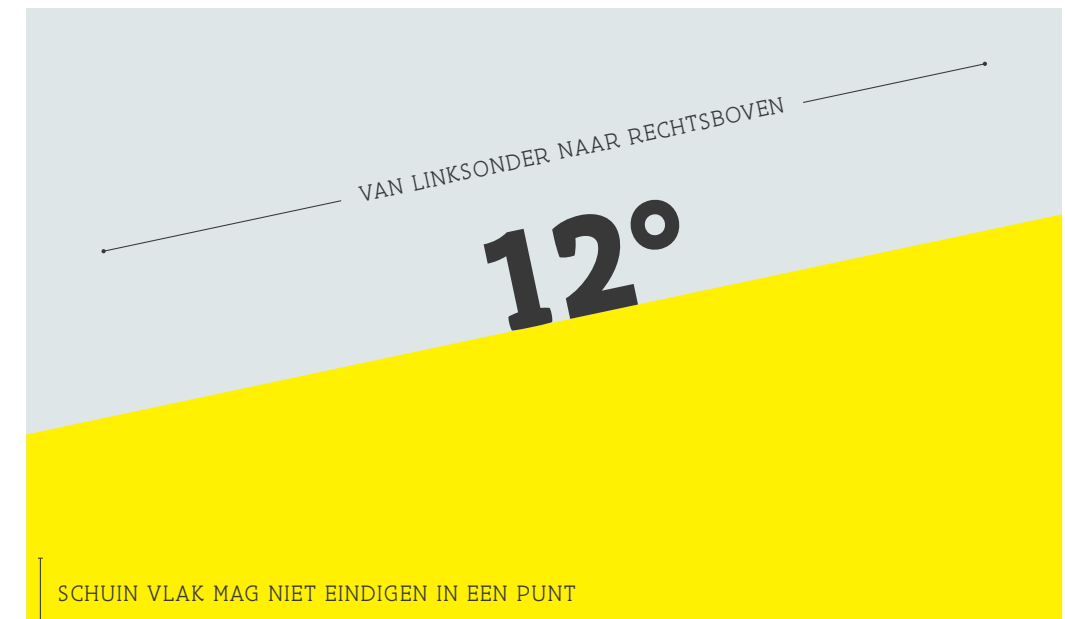
Het trapeziumlogo is, ongeacht de drager, **minstens 160 px/15 mm hoog**. Standaard is het trapeziumlogo **165 px** hoog op **video en film**.



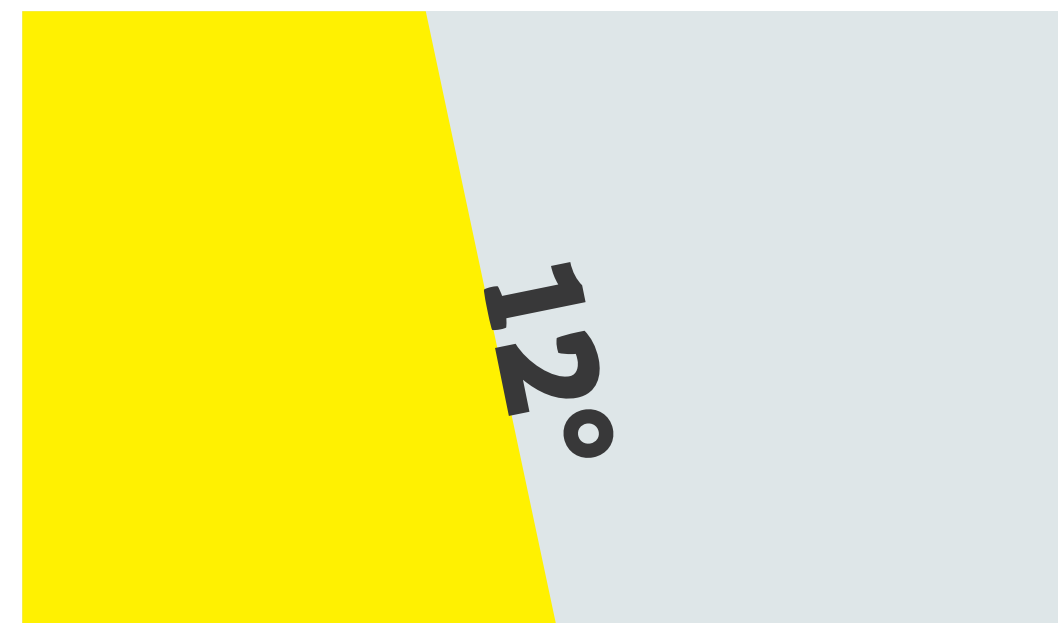
Op niveau 1 is de leeuwenkop altijd 92%. Het trapeziumlogo met de uitgespaarde of transparante leeuwenkop wordt enkel gebruikt wanneer het logo in 1 kleur gedrukt wordt op een donkere achtergrond.



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



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°.



Kleurenpalet.

Geel is steeds de typerende kleur voor alle communicatie op niveau 1. 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. **Calibri en Georgia** zijn de enige twee alternatieve lettertypes, die u voornamelijk digitaal kunt toepassen.



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



Voorbeelden van fotografie.

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 figureren 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.



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

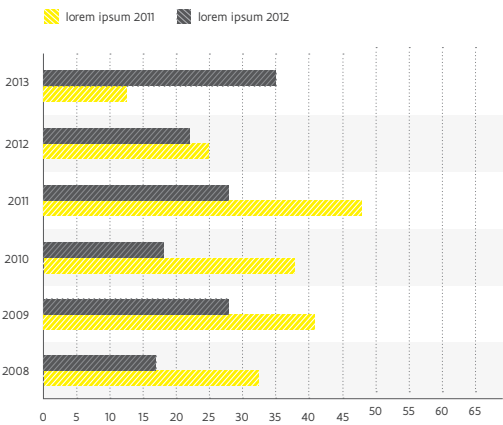
Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his, minim insolens deserunt pri eu. Modus virtute rationibus vix ad, ceteros moderatius theophrastus an cum. luvaret phaedrum pri et. Errem salutandi est at.



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

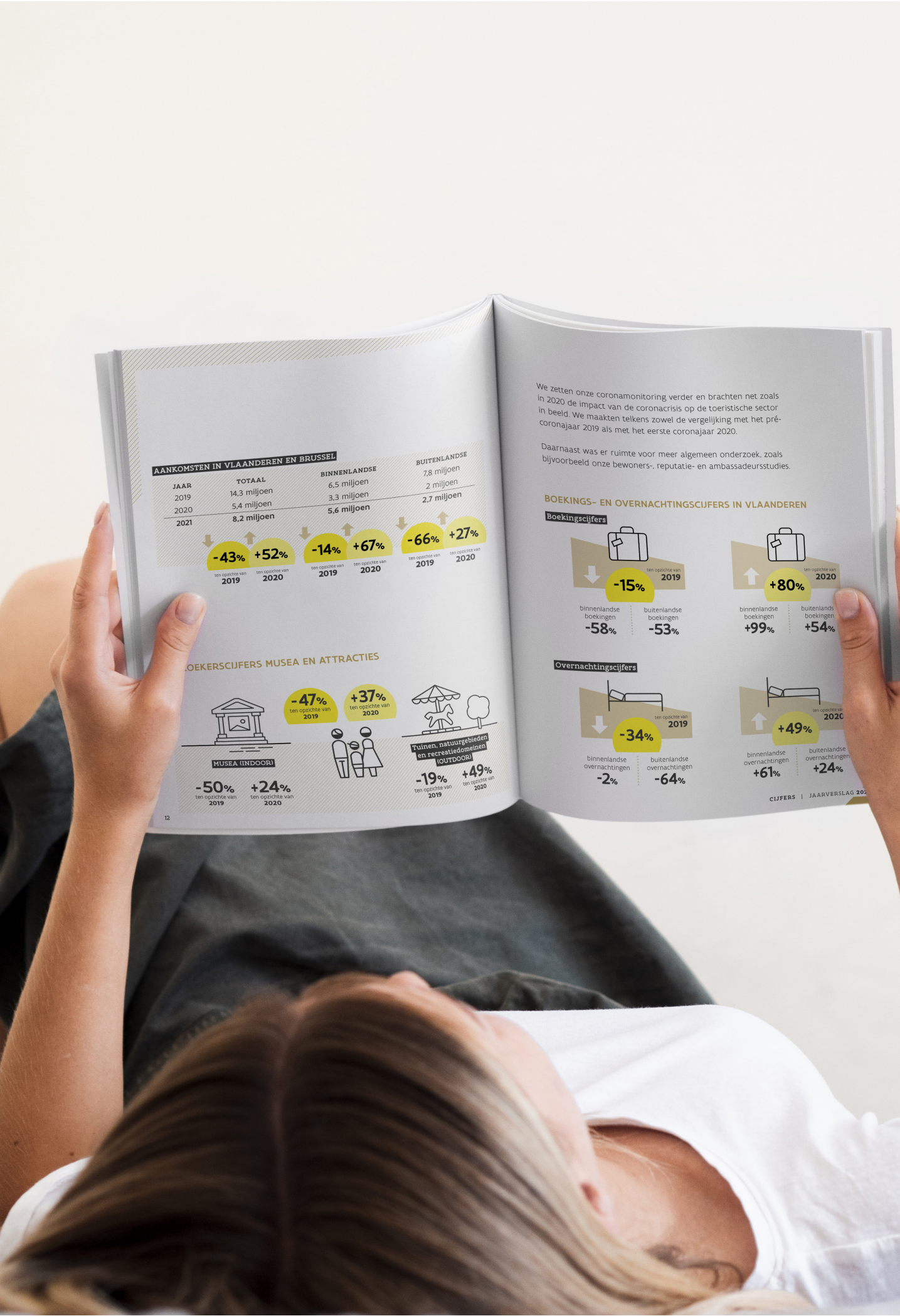
Lorem ipsum dolor sit ame

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



De sjablonen voor tabellen en grafieken vind je op overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl/cartografie-tabellen-en-grafieken.

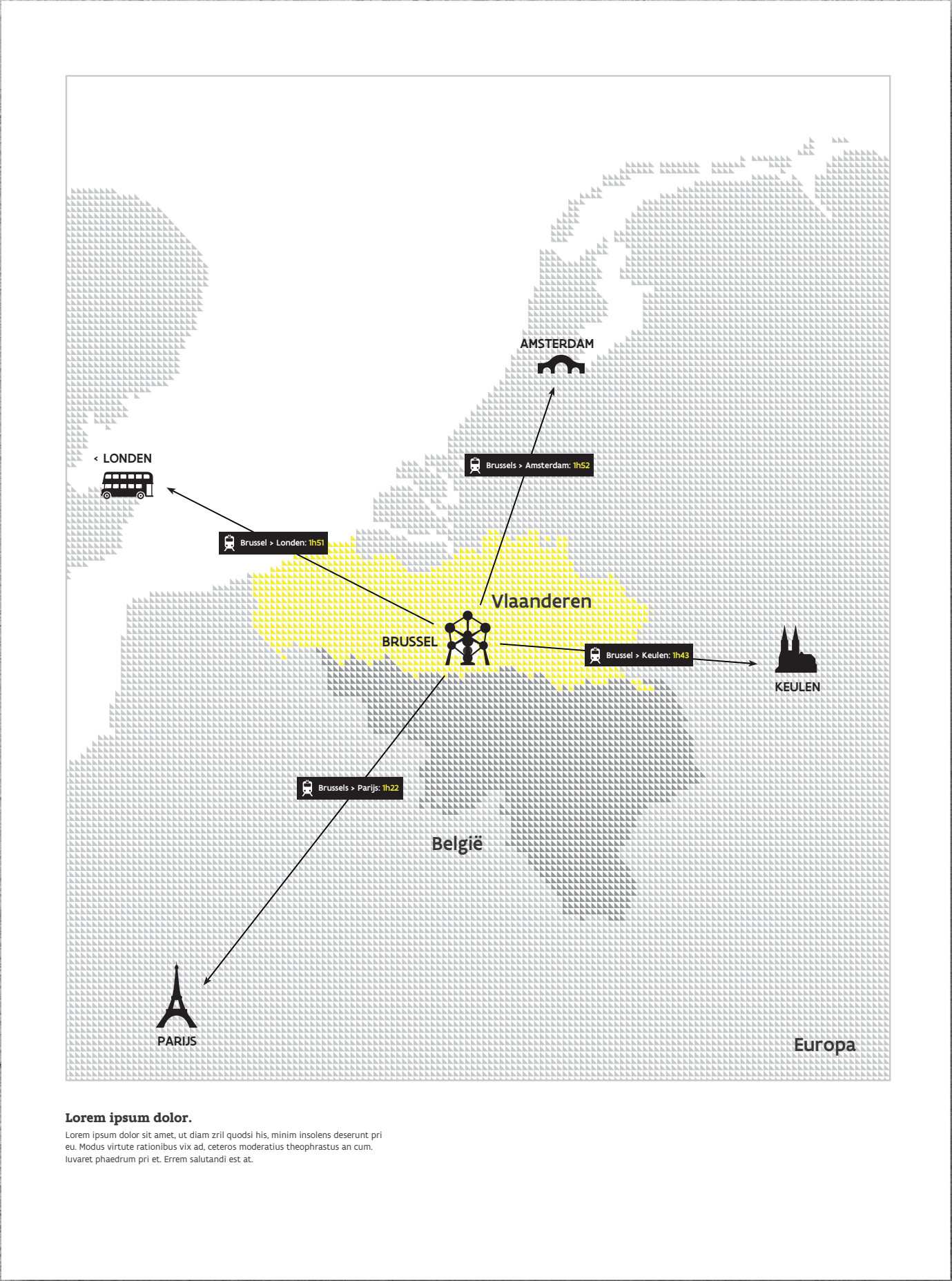
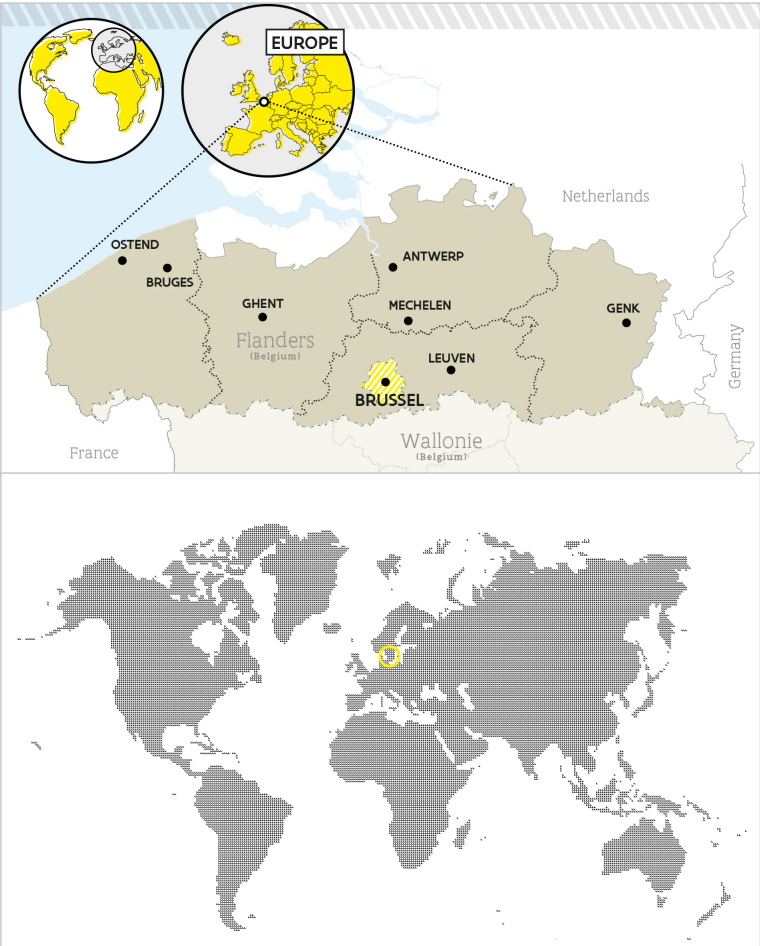
Cartografie.

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.



Toepassingen.

2

Print.

2.1

Basisgrid.

PLAATSING VAN DE LOGO'S OP DE A-FORMATEN

Het corporate 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 36 beschreven.

Contactgegevens

Havenlaan 88 bus 20
1000 Brussel
heerlijkhelderetaal.be



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1#richtlijnen-grids-en-sjablonen>

Corporate logo



Vlaamse
overheid

HEERLIJK
HELDER
HELEMAAL
JUIST!

Hulp bij taalvragen
taaltelefoon.be
078 15 20 25,
elke werkdag
van 9 tot 12 uur
f o

Heerlijk Helder
heerlijkhelderetaal.be

HEERLIJK
HELDER & HELEMAAL
JUIST!

MAGAZINE

Ter gelegenheid van
de 2e Heerlijk Helderdag
en de 20e verjaardag
van de Taaltelefoon

OKTOBER
2019

ENTITEITS
LOGO



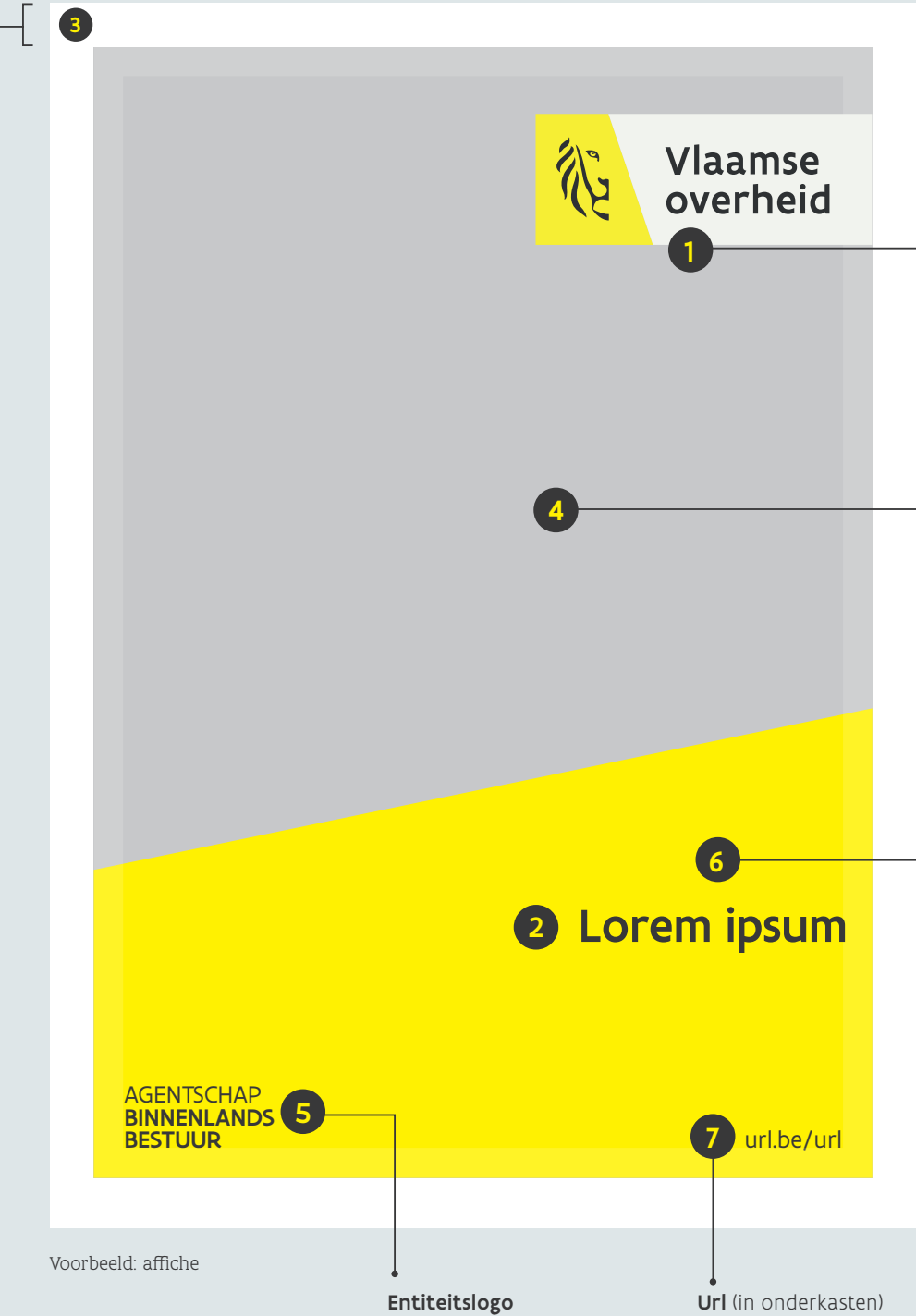
Url

url.be

Entiteitslogo

Print.

Als de witte **passe-partout** gebruikt wordt, geldt er voor elk A-formaat een vaste breedte (zie tabel pagina 36).



De basisgrid bevat de volgende elementen:

- 1 Corporate logo rechtsbovenaan**
- 2 Titel of campagneboodschap (vrij te plaatsen)**
- 3 Passe-partout, altijd wit**
Affiches hebben altijd een witte passe-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 35.
- 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 36 en 37.



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1#richtlijnen-grids-en-sjablonen>

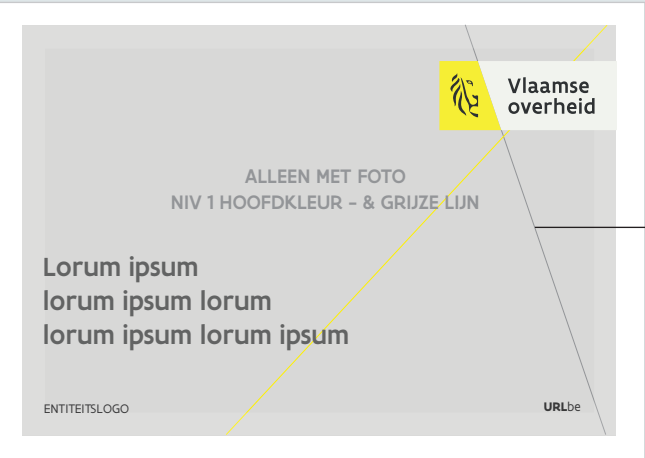


Voorbeelden: horizontale publicaties.



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



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



AFMETINGEN ELEMENTEN BASISGRID



CORPORATE 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 capitalen) bestaat altijd uit een combinatie van van Flanders Art Sans of Serif, in Light en Medium.

URL EN CONTACTGEGEVENS	
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 11 pt., interlinie 13,5 pt.	A5: corps 11 pt., interlinie 13,5 pt.
DRIELUIK: corps 11 pt., interlinie 13,5 pt.	

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

AFWIJKENDE FORMATEN

Het corporate 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.







Digitaal.

2.2

Websites & nieuwsbrieven.

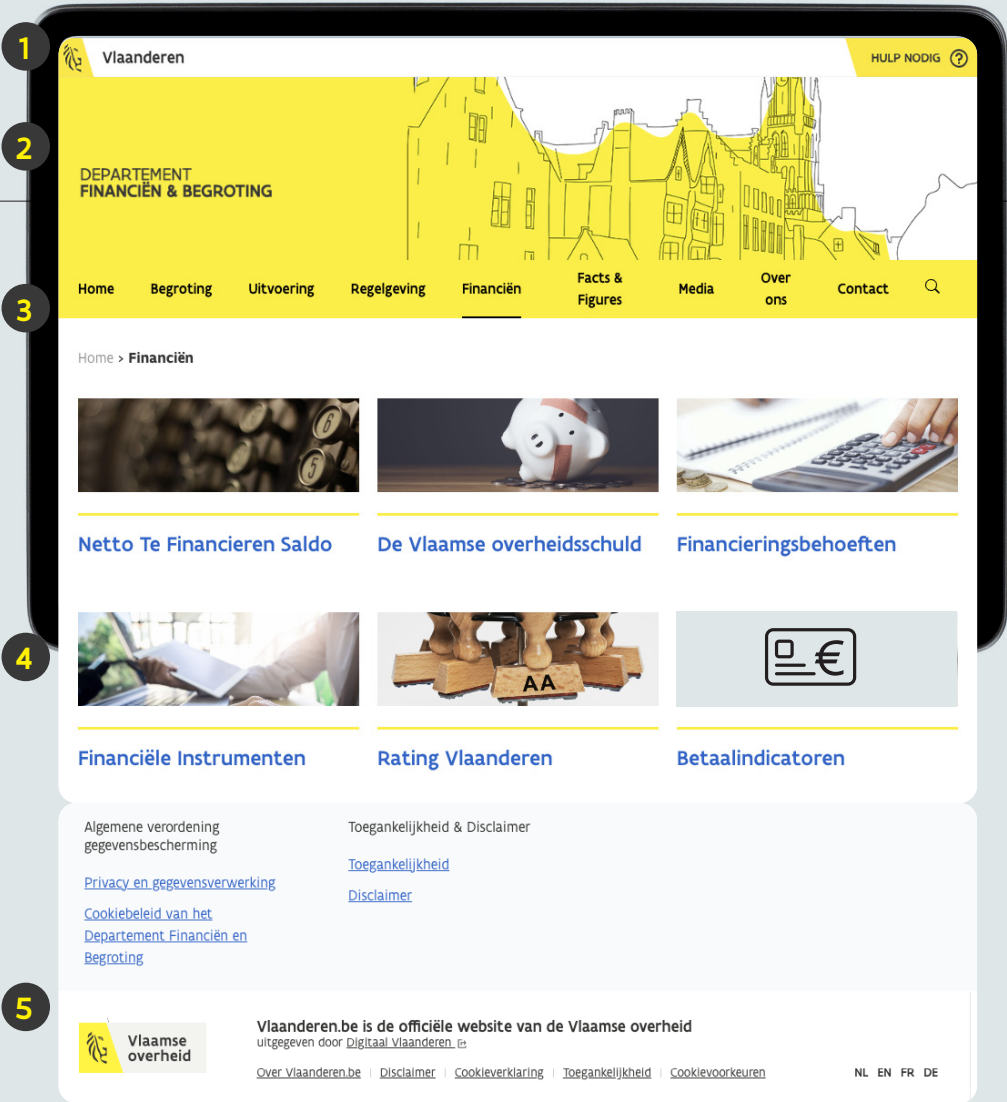
Bij websites is het belangrijk dat de bezoeker in één oogopslag ziet op welke site die is terechtgekomen. Bij nieuwsbrieven moet de ontvanger onmiddellijk weten over welke nieuwsbrief het gaat of van wie die afkomstig is. Het corporate logo krijgt daarom in beide situaties een minder prominente plaats.

Het **basisgrid** voor websites en nieuwsbrieven:

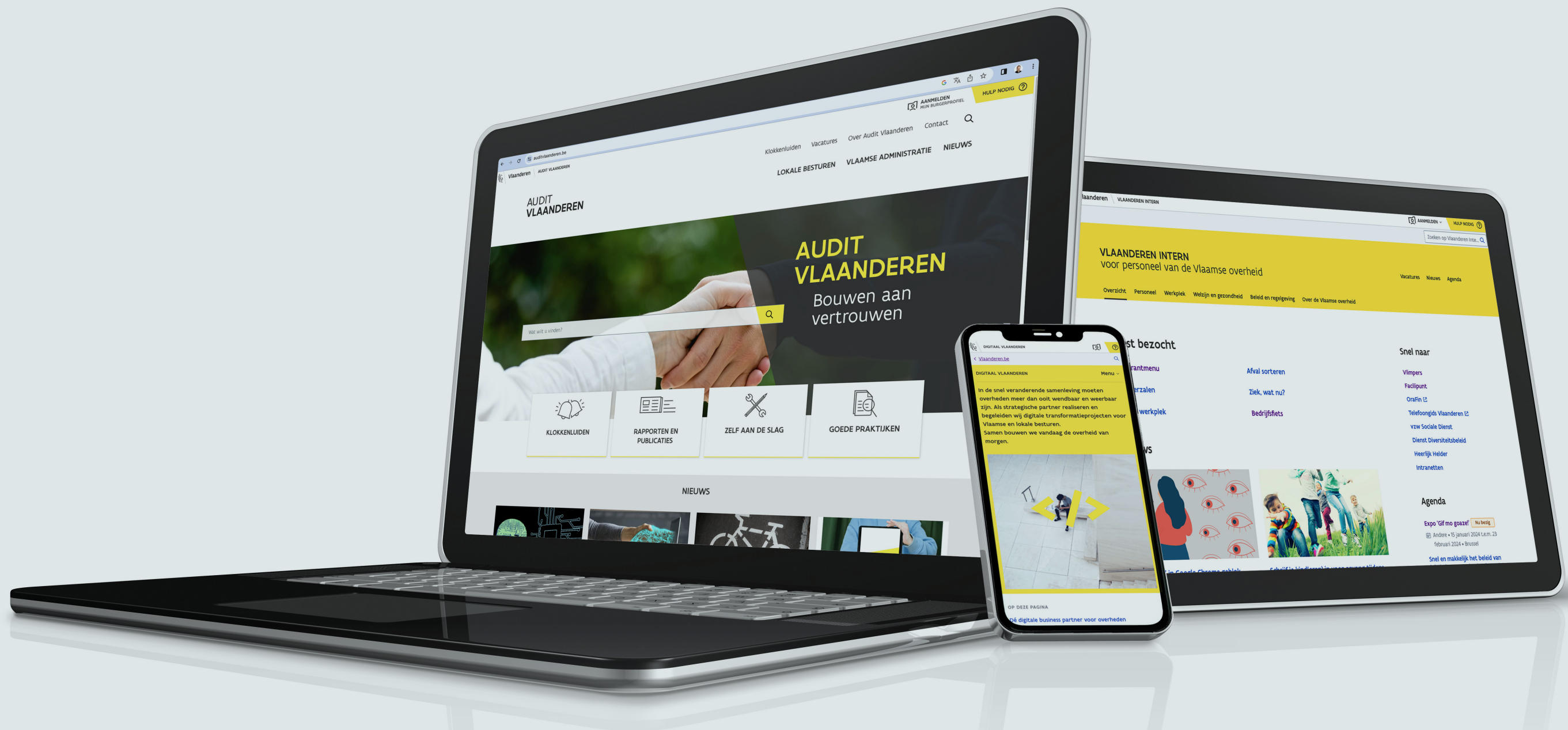
- 1 de **global header** van het webplatform (vraag die aan via vlaanderen.be/digitaal-vlaanderen/onze-oplossingen/mijn-burgerprofiel/global-header-en-footer).
- 2 de **titel van de site**: het entiteitslogo of de naam van een product of de campagneboodschap in het Flanders Art lettertype.
- 3 de **hoofdkleur**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



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



Templates kunnen gedownload worden via overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/digitale-huisstijl



Online advertenties.

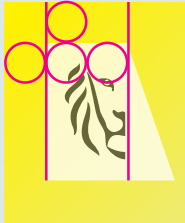
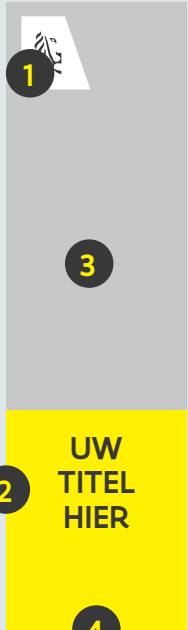
We creëren herkenbaarheid in alle communicatie, door ook bij online advertenties het basisgrid van de huisstijl toe te passen. Alleen als de plaats te beperkt is, kun je daarvan afwijken. Als de breedte van de drager kleiner is dan 2x de hoogte van het corporate logo en de tekst in het corporate logo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

- Het **basisgrid** voor online advertenties:
- 1 het **corporate 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 corporate logo.
- Logo**
Als de breedte van de drager kleiner is dan **2x de breedte van het corporate logo** en de tekst in het corporate logo niet meer leesbaar is, gebruik je het trapezium in de plaats van het corporate logo.



Werken bij
Digitaal



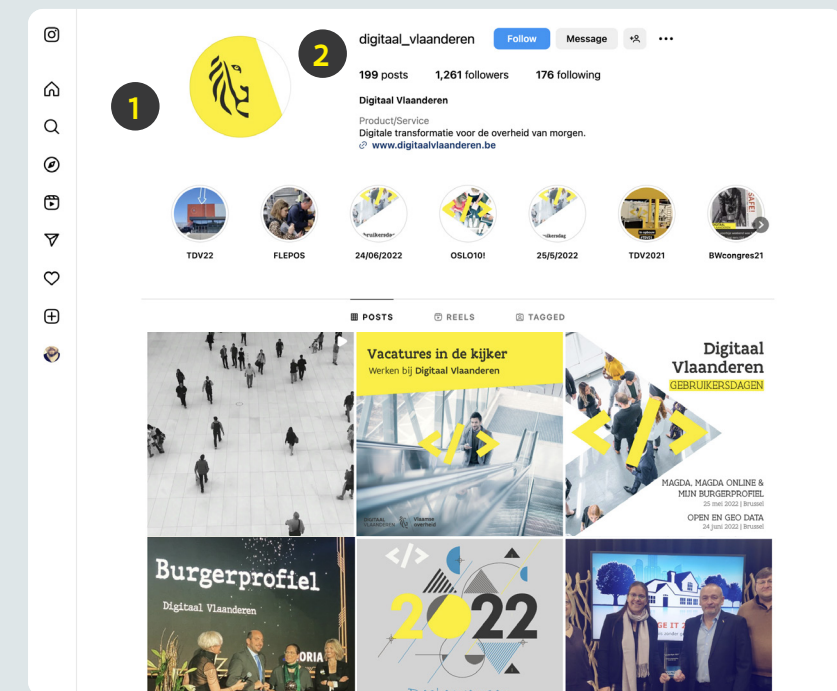
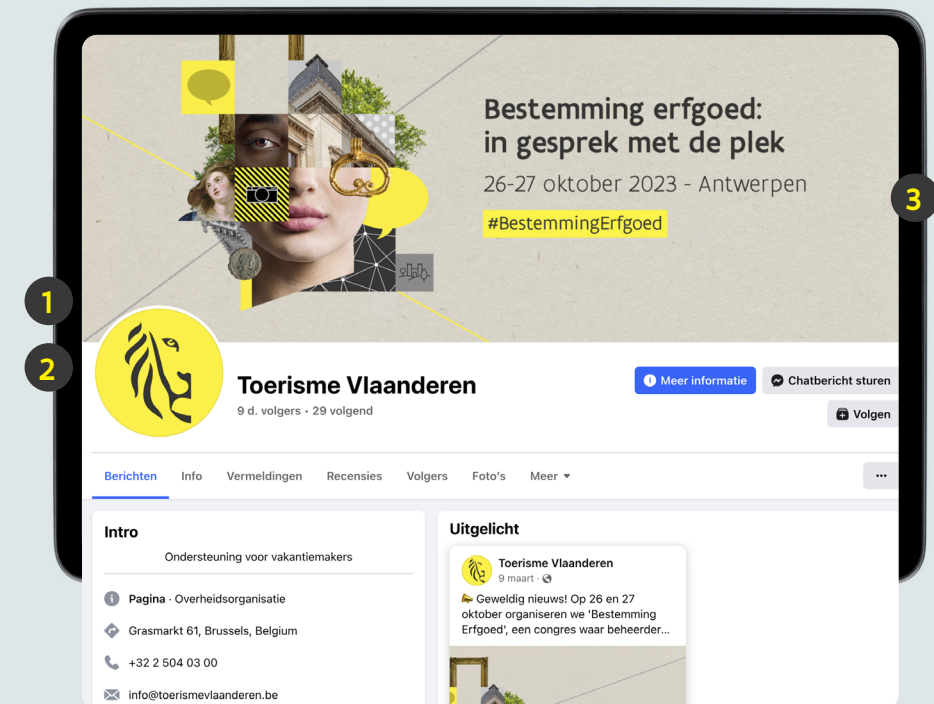
Social media.

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

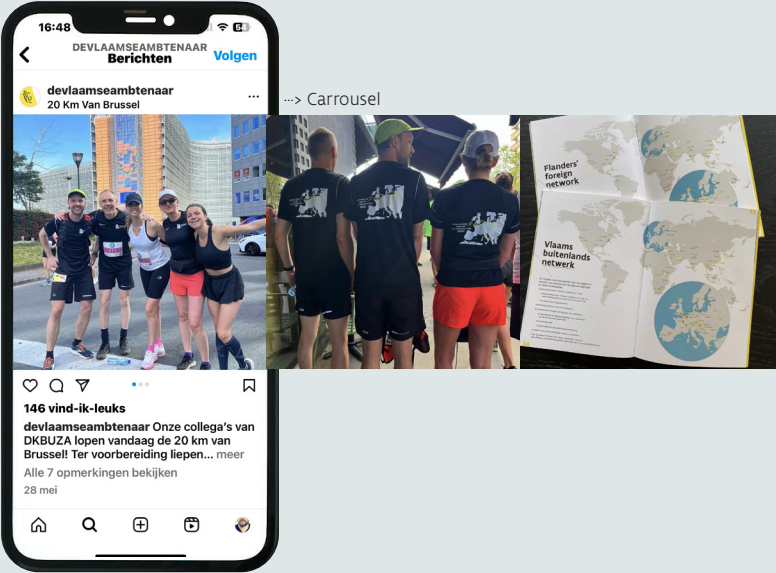
Post, reel en story
Elke post, reel of story die wordt weergegeven in de feed, bevat dankzij je profiel het trapezium en de naam.

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 corporate 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. **inhoudsdia**
4. **einddia**

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

- 1 het **volle corporate logo** (minstens 19,5 mm hoog).
- 2 het **entiteitslogo** op maximaal twee lijnen.
- 3 een **URL**.
- 4 het **schuine vlak (12°) in een steunkleur**, in een kleurgradatie van het logo of in wit.
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

KLIK OM DE
STIJL TE
BEWERKEN

INHOUDSDIA

Klik om de stijl te bewerken

Klik om de modelstijlen te bewerken

→ Tussende niveau

→ Tweede niveau

→ Vierde niveau

→ Vijfde niveau

EINDDIA

KLIK OM DE
STIJL TE
BEWERKEN

KLIK OM DE STIJL TE BEWERKEN

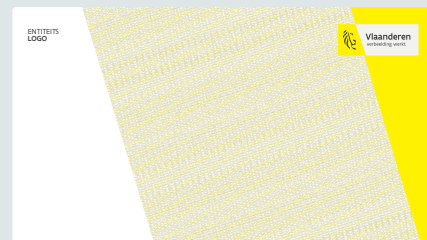
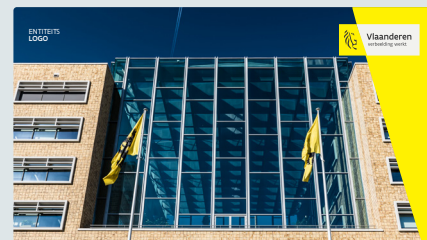
Een tussentitel en inhoudsdia bevatten geen logo's, maar wel de herkenbare huisstijlelementen zoals iconen, grafische patronen en het lettertype.



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 kijken 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.

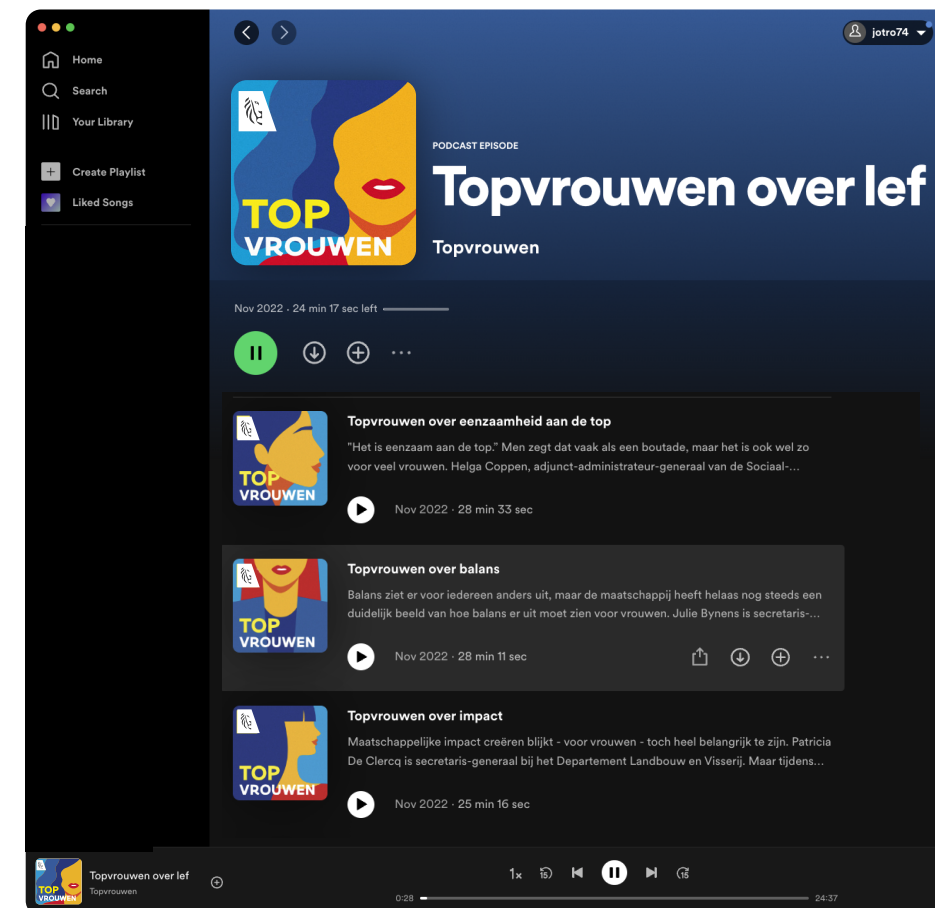


Wil je een Teamsachtergrond op maat van je entiteit?
Neem dan contact op met het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be

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, de iconen en de patronen om de tegel vorm te geven.





Video &
audio.

2.3

Video (tv en online).

BEGINPANCARTE

Tijdens de hele duur van het filmpje plaats je linksboven in de hoek, met afstand van de rand (50 pixels), de leeuwenkop 92 % zwart in een witte trapezium, dekking 75 %, 165 pixels hoog, resolutie 72 dpi.

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

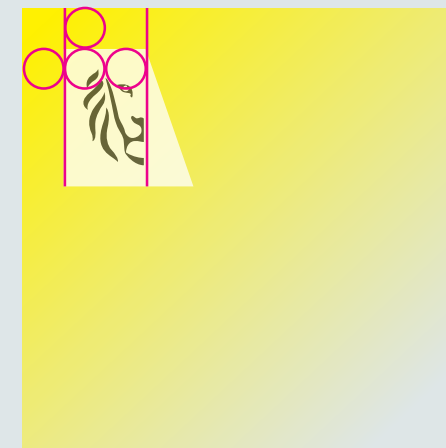
EINDPANCARTE

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):

- 1 het **trapeziumlogo** (zie beginpancarte)
- 2 het **entiteitslogo** op maximaal drie 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.



50 pixels van de rand



Richtlijnen voor video en webfilmpjes zijn beschikbaar via overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1/tv-radiospot-en-audiologo-niveau-1

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:

- 'Dit is een initiatief van de Vlaamse overheid.'
- 'Vlaanderen, verbeelding werkt'.



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.

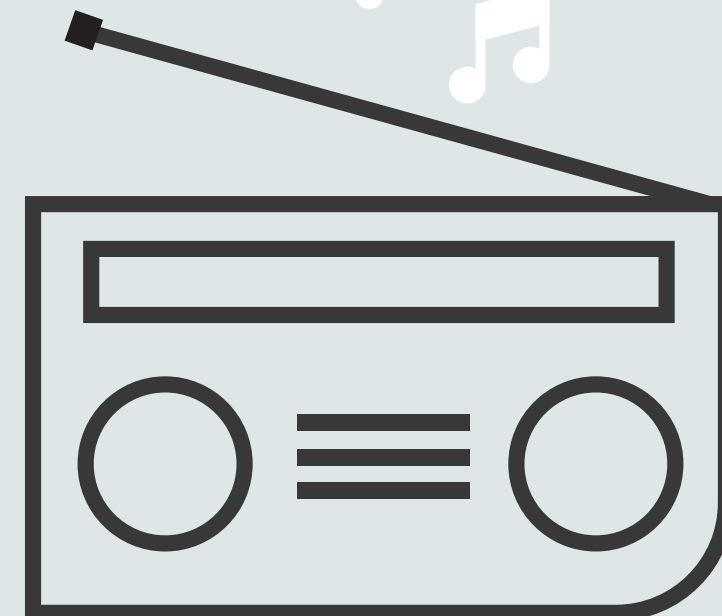
De brandscore bestaat in verschillende soundbites:

- 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.



Richtlijnen en het audiologo zijn beschikbaar via overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1/tv-radiospot-en-audiologo-niveau-1





Events &
signalisatie.

2.4

Evenementen.

ROLL-UPBANNERS

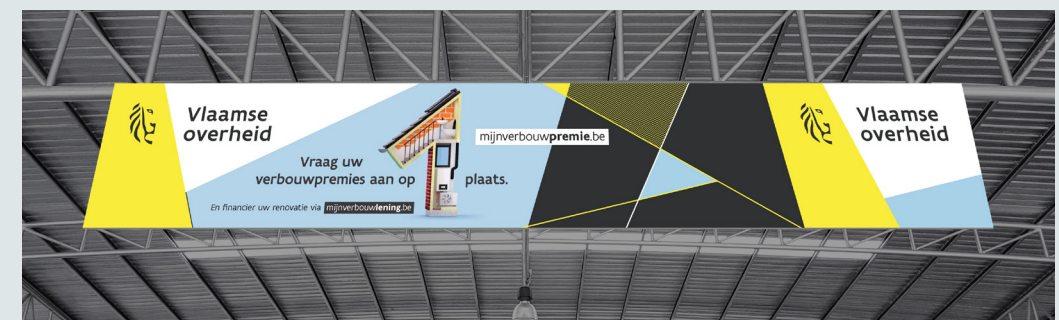
Op roll-upbanners respecteer je zo veel mogelijk het standaardgrid met het corporate logo rechts bovenaan en het entiteitslogo links onderaan. Let er echter op dat het entiteitslogo niet te laag staat wanneer de roll-upbanners worden gebruikt als achtergrond voor foto's of beursstanden. Dan moet je er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





(BEACH)VLAGGEN



Beachvlaggen zijn te smal om er het corporate logo op te plaatsen. Als alternatief gebruik je de leeuwenkop in een wit of geel 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 (entiteitsnaam of campagneslogan). Om de afmetingen van de logo's op kleinere of grotere beachvlaggen te bepalen, neem je percentages van die afmetingen.

Kledij.



Op T-shirts, jassen of truien plaats je

- **het entiteitslogo links bovenaan op de borst**
- **het volle corporate logo bovenaan op de linkermouw.**

Omdat kledij vaak wordt gebruikt voor promotionele doeleinden, kun je met de plaatsing van de logo's vrijer omgaan. Hou echter altijd rekening met deze vuistregels:

- Gebruik altijd het volle corporate logo of het trapeziumlogo.
- Pas de vorm of samenstelling van de logo's zelf niet aan.
- Blijf trouw aan het corporate kleurenpalet.

Op die manier creëer je optimale herkenbaarheid. Op donkere kledij kun je ervoor opteren om het logo te nemen met de uitgespaarde leeuw en het entiteitslogo negatief.



Download de technische fiche voor kledij op overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1/kleding-en-voertuigen-niveau-2.

Voertuigen.

Wit is de basiskleur voor de aankoop van personenwagens, bestelwagens, fietsen...

Op voertuigen gebruik je niet het volle corporate logo, maar de leeuwenkop. Naast de leeuwenkop plaats je een schuin kleurvlak in het geel. Het kleurvlak heeft altijd dezelfde vorm en een hellingsgraad van 60°. Het komt tot aan het venster en geeft je wagen meer zichtbaarheid. Het entiteitslogo is zwart.

Op donkere wagens vervang je de leeuwenkop door het trapezium waarin de leeuw wordt uitgespaard. Het entiteitslogo plaats je negatief.



Download de technische fiche van de autostickers op overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-2/kleding-en-voertuigen-niveau-2.



Corporate
drukwerk.

2.5

Corporate drukwerk.

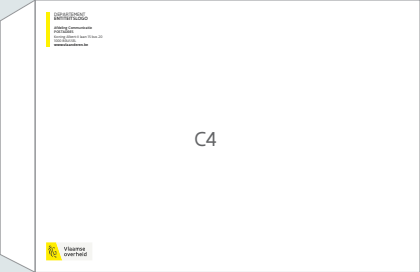
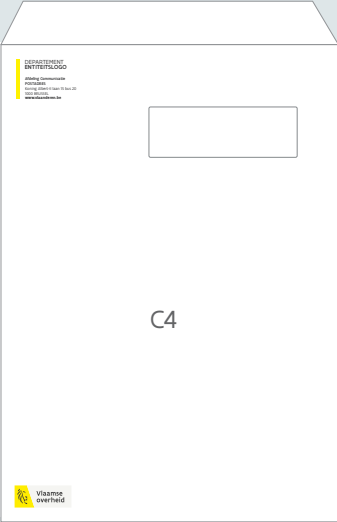
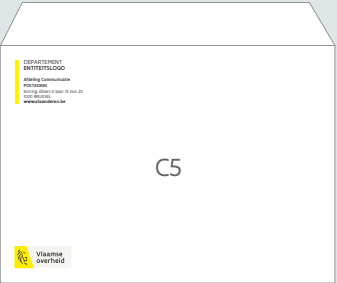
CORPORATE LOGO



Op corporate drukwerk gebruik je het volle logo in de hoofdkleur, 100% geel. Alle logo's zijn minstens 15 mm hoog.

SJABLONEN CORPORATE DRUKWERK

Al het corporate drukwerk zoals brieven, enveloppes en visitekaartjes kunnen op maat van je entiteit besteld worden via facilipunt.be. Op het corporate drukwerk wordt 'Vlaamse overheid' vermeld boven de adresgegevens.



Voorbeeld visitekaartje



Heb je corporate drukwerk nodig op maat van de entiteit? Contacteer dan het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be



Download sjablonen voor alle vormen van corporate drukwerk via de huisstijlsite: overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-1



Team Merkbeleid maakt de Corporate logo's. Logo's aanvragen via merkbeleid@vlaanderen.be

DEPARTEMENT
**KANSELARIJ &
BUITENLANDSE ZAKEN**

Herman Teirlinckgebouw
Havenlaan 88 bus 100
1000 Brussel

**Samen bouwen
we aan een
sterk merk!**

