



Vlaamse
overheid

H UIS STIJL GIDS

NIVEAU 3

VERSIE 3.1 - MEI 2025

vlaanderen.be/huisstijl

H UIS STIJL GIDS

NIVEAU 3

Adobe InDesign 2022
J:\Campagne Huisstijl\Covers_05.indd @ 50% (CPU Preview)

Basisgrid.

PLAATSING VAN DE LOGO'S OP DE A-FORMATEN

Het trapeziumlogo wordt links onder geplaatst op drukwerk zoals folders, affiches en brochures. Het endekolomlogo staat altijd rechts onder 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 xx beschreven.

Contactgegevens

AGENTSCHAP
JUSTITIE &
HANDHAVING
Koning Albert II-laan 35
1000 Brussel

Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties
en meer op <https://overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-3/rechlijnen-grids-en-sjablonen>

Naar informatie over het logo en de sjablonen

Trapeziumlogo

Welkom.

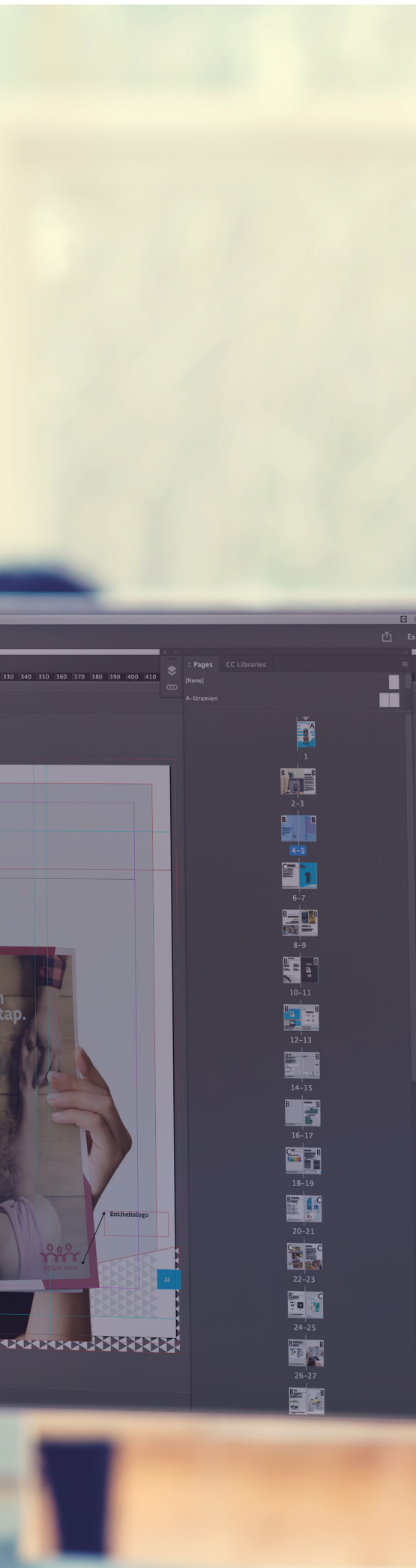
Uit onderzoek blijkt dat burgers na het zien van een boodschap in de huisstijl meer vertrouwen hebben in de Vlaamse overheid. Ze voelen zich serieuzer genomen en beoordelen de communicatie als kwaliteitsvoller. Het correct en consequent toepassen van de huisstijl zorgt dus voor een positieve impact op 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, Simon Bolivarlaan 17, 1000 Brussel.

Lay-out: OVAL

Versienummer: 3.1

Datum: Mei 2025

Depotnummer: D/2024/3241/151

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 2?	4
1. Ons merk	5
Vlaanderen	8
Logo's	12
Schuin vlak	14
Lettertype	15
Kleurpalet	16
Tabellen en grafieken	17
Grafische patronen	18
Fotografie	21
Iconen	22
Cartografie	24
2. Toepassingen	26
2.1. Print	27
Basisgrid	28
Print	30
2.2. Digital	39
Website & nieuwsbrieven	40
Online advertenties	44
Sociale media	45
Persentaties	48
Teams	50
Tegels	51
2.3. Video & audio	53
Video (tv en online)	54
Audio	56
2.4 Events & signalisatie	59
Evenementen	60
Kledij	62
Voertuigen	63
2.5 Corporate drukwerk	65
Corporate drukwerk	66

LEGENDE



Mail naar e-mailadres.



Download link.



Bezoek de website.

Welke communicatie valt onder niveau 3?

Onder niveau 3 valt communicatie door entiteiten die in Vlaanderen permanent fysiek contact hebben met het grote publiek: Sport Vlaanderen, VDAB De Lijn, Kind en Gezin, VLAM, VRT (centrale administratie), het OPZ Geel, het OPZC Rekem, het KMSKA, en Muntpunt, De Watergroep, Vlaams Fonds voor de Letteren, het VITO, de Limburgse Reconversie maatschappij, de Participatiemaatschappij Vlaanderen en de Vlaamse Participatiemaatschappij.

Deze richtlijnen zijn dus van toepassing op interne en externe, digitale en niet-digitale en formele en informele communicatie van die entiteiten over beleid, producten, dienstverlening... naar zowel een breed als een specifiek publiek.

Twijfel je onder welk niveau je moet communiceren?

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

Communiceer je naar een internationaal publiek?

Raadpleeg dan de **internationale huisstijlgids**.

Communiceer 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**.



**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.



Vlaanderen

verbeelding werkt

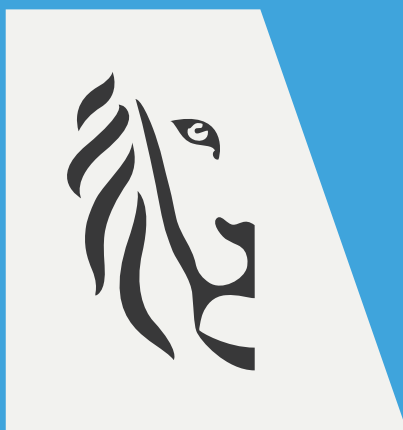
Schuine lijn:
maar met de voetjes
op de grond,
er is een hoek af.

Baseline: toont
trots onze ambitie.

Logo's.

TRAPEZIUMLOGO

MINIMUM 15 MM / 160 PX

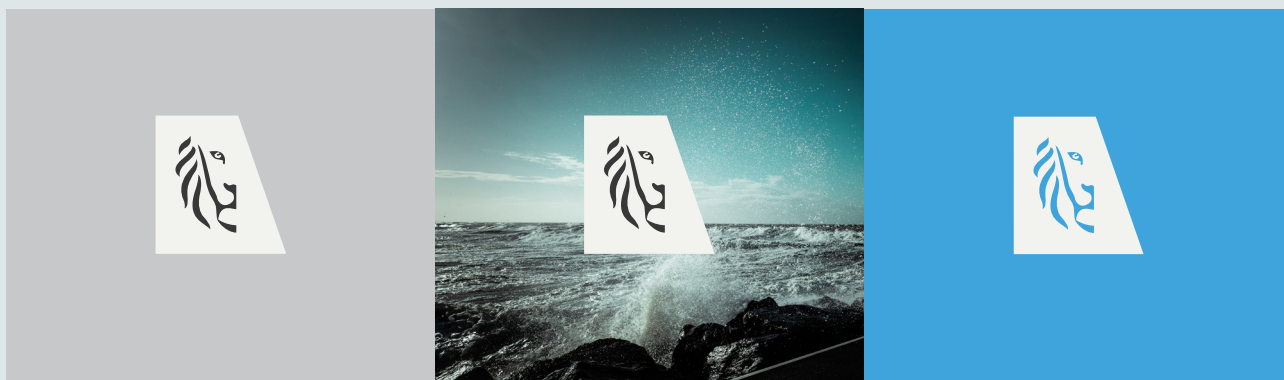


De **leeuwenkop** in het trapeziumlogo is standaard zwart. Wens je een trapeziumlogo in de hoofdkleur van je entiteit, neem dan contact op met het projectteam merkbeleid.

Kleur trapezium

CO M0 Y2 K5
R242 G241 B236
#F2F1EC

Het trapeziumlogo wordt op zichzelf gebruikt, zonder schuine streep, baseline of thema. Het is ongeacht de drager, minstens 15 mm/160 px hoog. Standaard is het trapeziumlogo **165 px** hoog op **video en film**. Zie pagina Pagina 34 en 35 voor de formaattoepassingen.



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



ENTITEITSLOGO

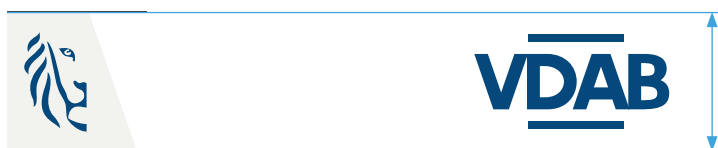
Het entiteitslogo is typografisch (Flanders Art) en bevat grafische elementen uit de huisstijl zoals iconen en patronen.

Het entiteitslogo en het trapeziumlogo staan altijd op alle dragers, de verhoudingen vind je terug op p. 34

Voorbeeld entiteitslogo



Het entiteitslogo mag niet hoger zijn dan het trapeziumlogo

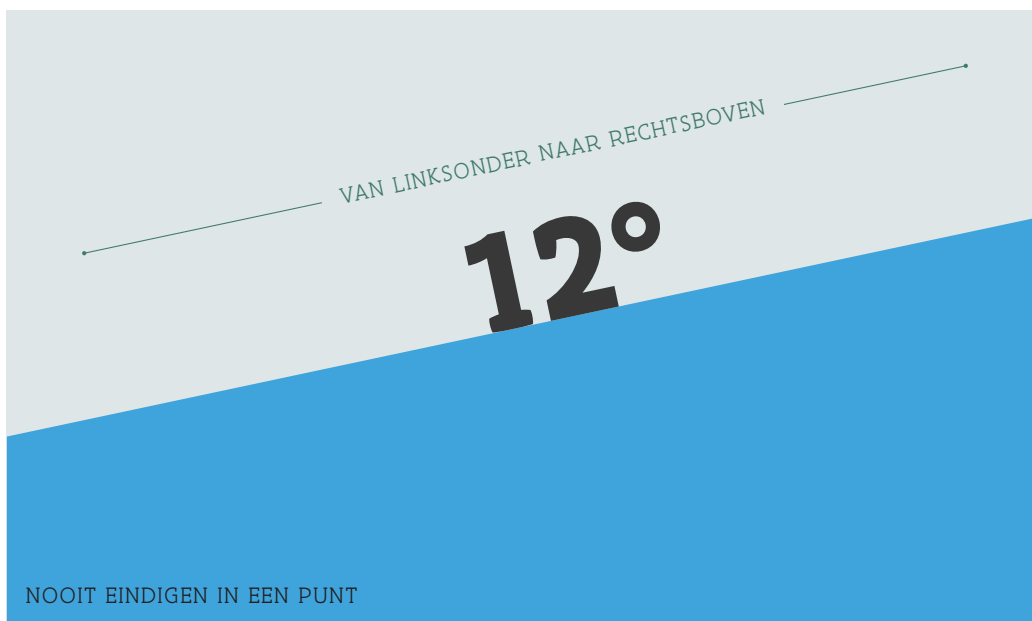


Het is niet toegestaan om andere logo's te maken of te gebruiken dan het trapeziumlogo of entiteitslogo's.

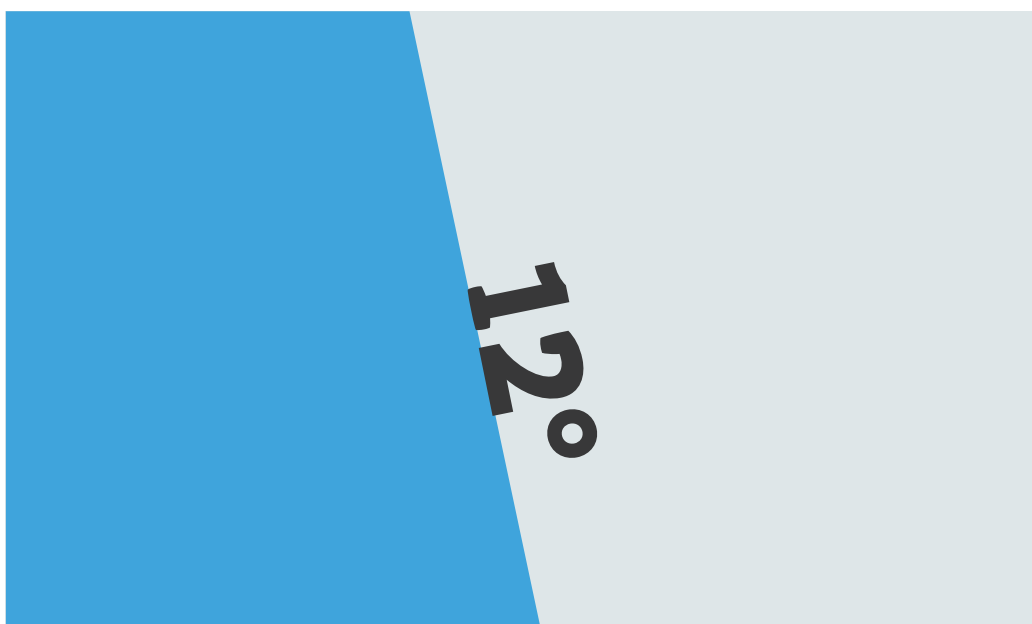


Het projectteam Merkbeleid maakt alle logo's.
Vraag je logo aan via merkbeleid@vlaanderen.be

Schuin vlak.



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°.



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 je voornamelijk digitaal kunt toepassen.



Alleen medewerkers van de Vlaamse overheid kunnen het lettertype downloaden op vlaanderen.be/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

Kleurenpalet.

Elke entiteit heeft een hoofdkleur en gebruikt die consequent in al haar communicatie. De keuze van de steunkleuren is vrij zolang die voldoende contrast geeft met witte tekst.



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 amet

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.

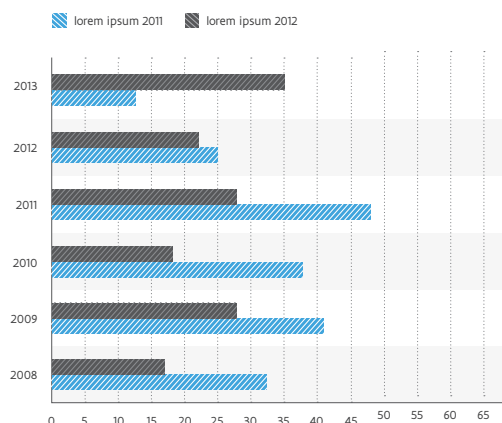


10 % > lorem ipsum
25 % > lorem ipsum
5 % > lorem ipsum
10 % > lorem ipsum
10 % > lorem ipsum
12 % > lorem ipsum
78 % > lorem ipsum
12 % > lorem ipsum

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

Lorem ipsum dolor sit amet

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.



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



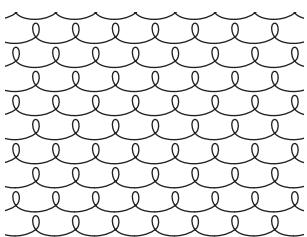
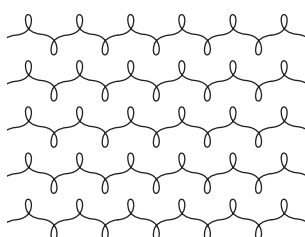
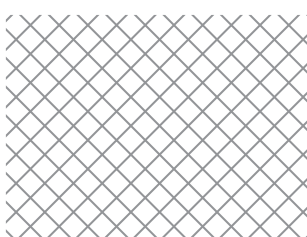
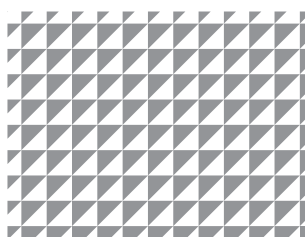
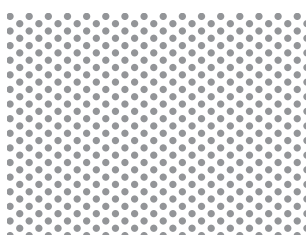
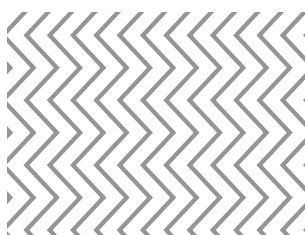
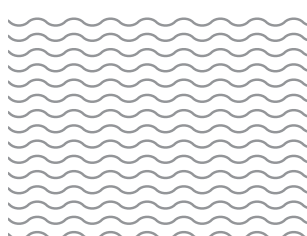
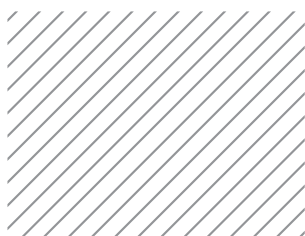
De sjablonen voor tabellen en grafieken
vind je op vlaanderen.be/cartografie-grafieken

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





Voorbeelden van toegepaste patronen in publicaties.

AGENTSCHAP
ZORG & GEZONDHEID

www.zorg-en-gezondheid.be



 **Vlaanderen**
is erfgoed



Agentschap
Onroerend
Erfgoed

Handleiding Onroerend Erfgoed

Ondertitel quibeaquate explitem volupienecto

www.onroenderfgoed.be



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 vlaanderen.be/huisstijl.



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: vlaanderen.be/iconen



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



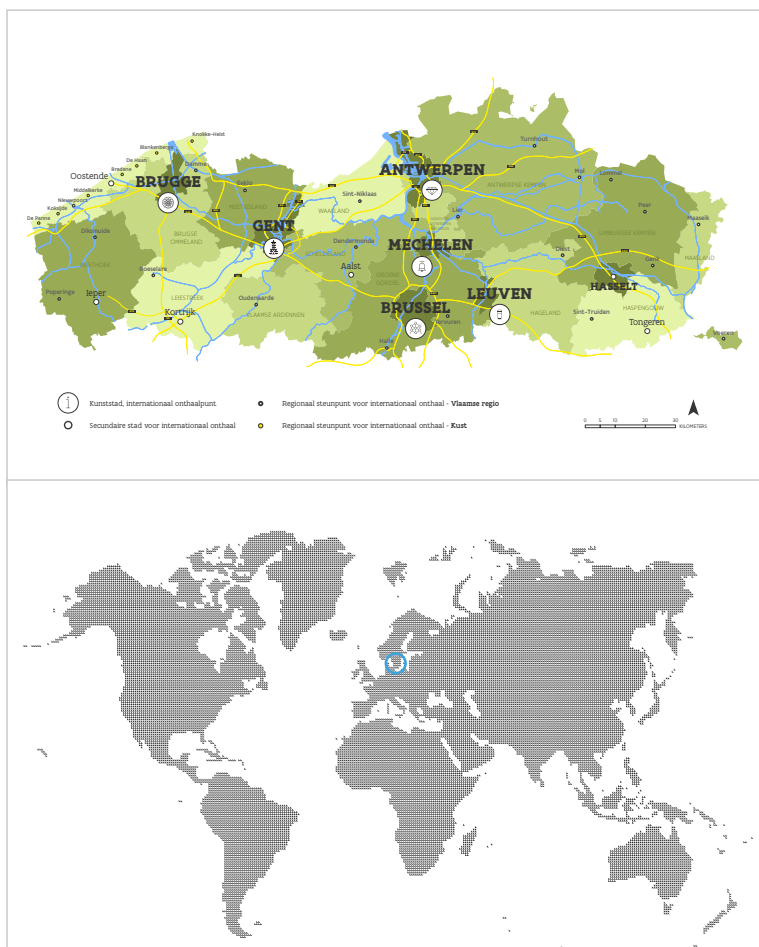
Cartografie.

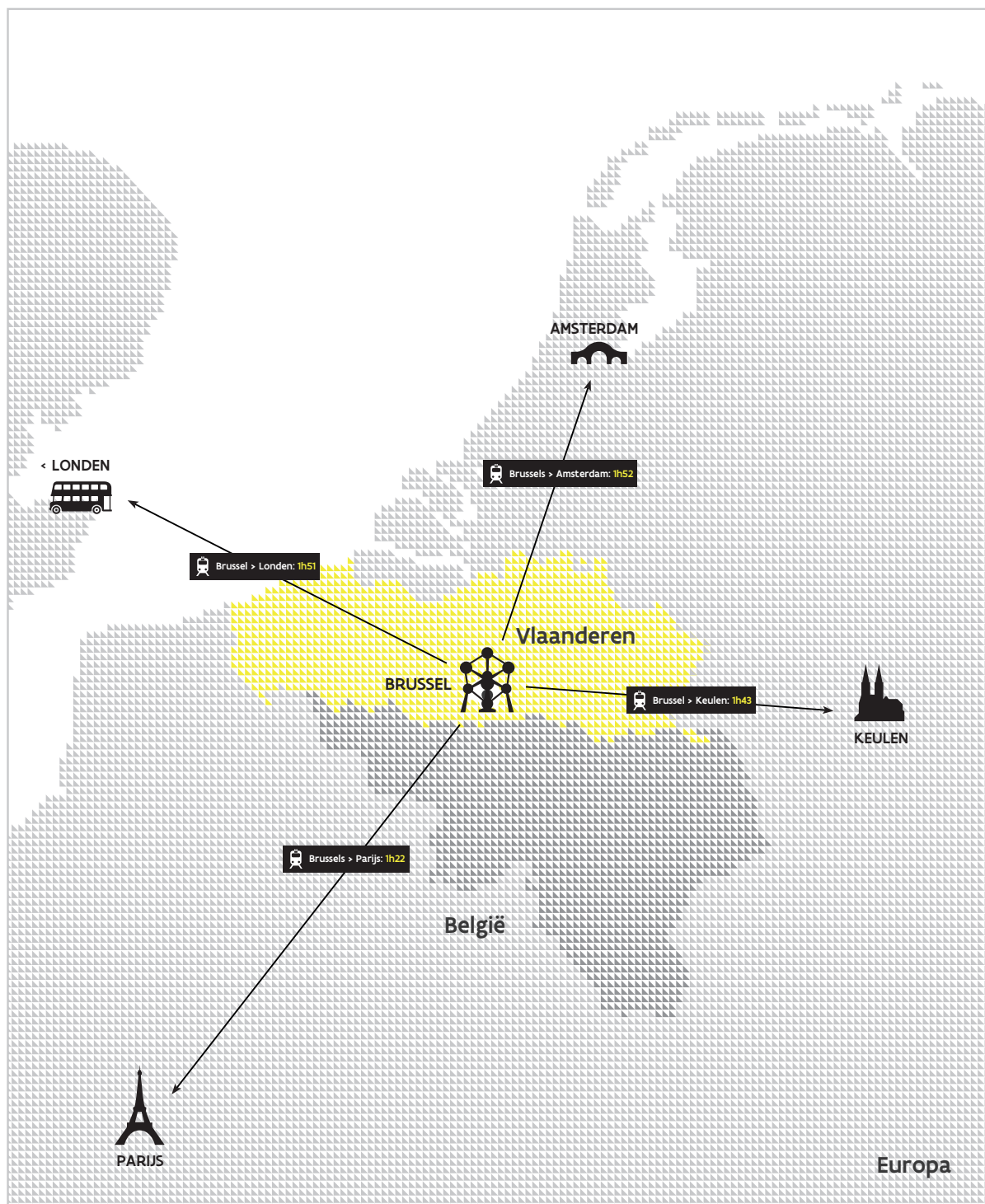
Gebruik de **kant-en-klare kaarttemplates** die conform de huisstijl worden gemaakt. Welk kaartje je gebruikt, hangt af van de doelgroep.

- 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.
- Gebruik de hoofdkleur van de entiteit.





Lorem ipsum dolor.

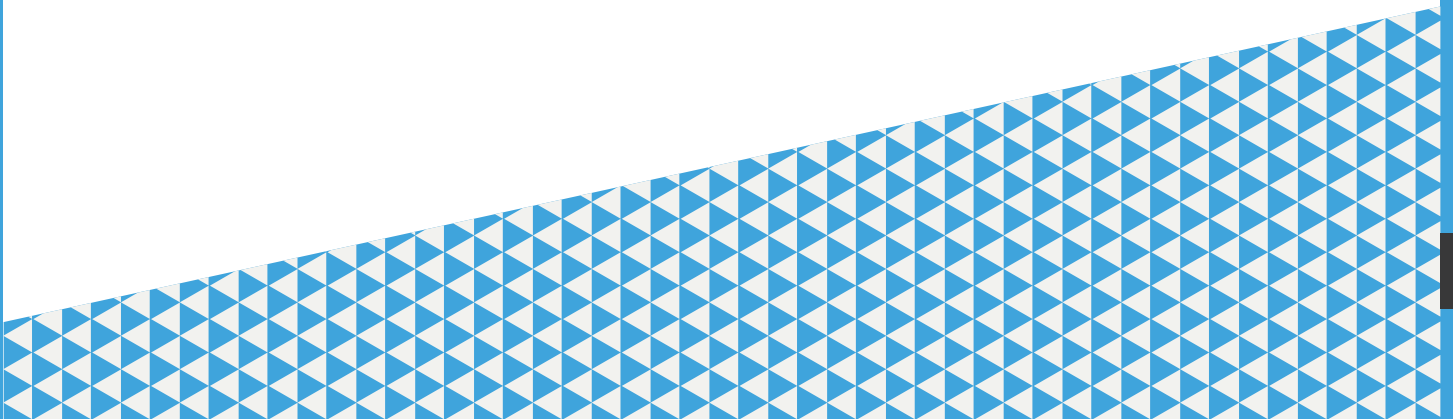
Lorem ipsum dolor sit amet, ut diam zril quodsi his, minim insolens deserunt pri eu. Modus virtute rationibus vix ad, ceteros moderatius theophrastus an cum. Iuvaret phaedrum pri et. Errem salutandi est at.

Toepassingen.

2

Print.

2.1



Basisgrid.

PLAATSING VAN DE LOGO'S OP DE A-FORMATEN

Het trapeziumlogo wordt links onderaan geplaatst op drukwerk zoals folders, affiches, advertenties en brochures. Het entiteitslogo staat altijd rechts onderaan.

De logo's staan op een afbeelding, witte balk of schuin vlak in de hoofdkleur. De afmetingen hangen af van het formaat van het drukwerk. Ze staan beschreven op pagina 34 en 35.

Contactgegevens

Koning Albert II-laan 35
1030 Brussel

Meer informatie over Veilig Huis vind je op veilighuis.be



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-3#richtlijnen-grids-en-sjablonen

Relatieproblemen?
Geweld in je gezin?

**Erover praten
is de eerste stap.**

Er over praten is de eerste stap. **VEILIG HUIS**



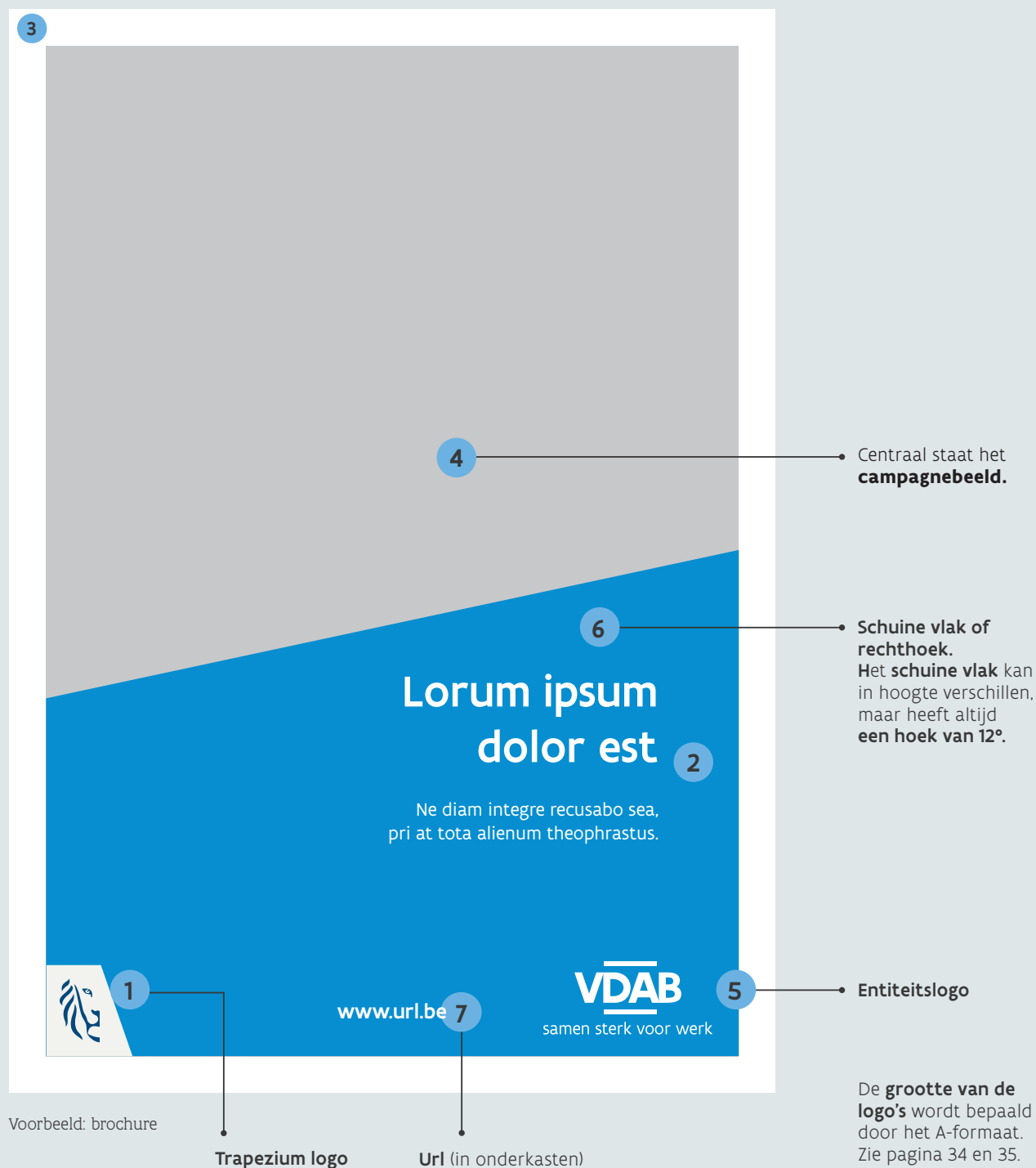
Trapeziumlogo



Entiteitslogo

Print.

Als de witte **passe-partout** gebruikt wordt, geldt er voor elk A-formaat een vaste breedte (zie tabel pagina 34 en 35).



Het basisgrid bevat de volgende elementen:

- 1 **trapeziumlogo links onderaan**
- 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) rechts onderaan**
- 6 **het schuine vlak in een hoofdkleur of in een kleurgradatie van het logo.**
Als alternatief mag ook de rechthoek in het wit of de lijnen gebruikt worden, zie onderstaande voorbeelden.
- 7 **url in het midden tussen het trapeziumlogo en entiteitslogo**
- 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.



Voorbeeld: opgevouwen brochure (zonder passe-partout)

Contactgegevens



Download de sjablonen voor affiches, brochures, advertenties enzovoort op
[vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/
huisstijl-en-merkbeleid/niveau-3#richtlijnen-grids-en-sjablonen](https://vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-3#richtlijnen-grids-en-sjablonen)



Stap gerust
op jouw lijn

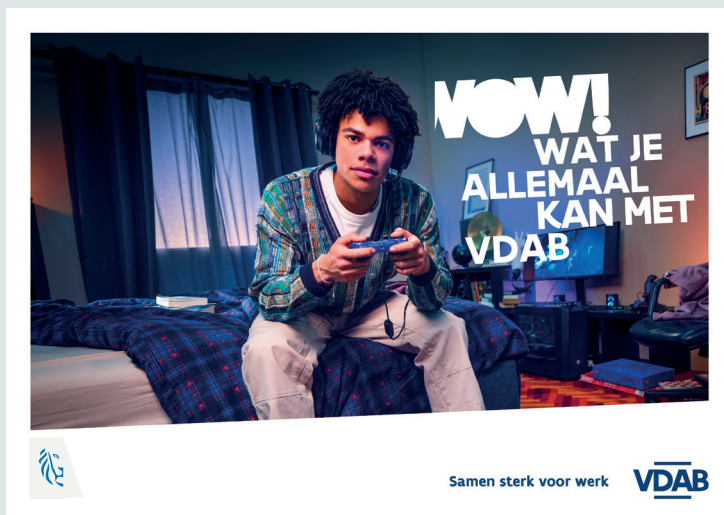
Geniet deze zomer van een
extra voordelig zomeraanbod.
Kijk op delijn.be/stapgerustop



Mijn lijn, altijd in beweging



Voorbeelden: horizontale publicaties.



AFMETINGEN ELEMENTEN BASISGRID



TRAPEZIUMLOGO	
A0: trapezium 99 mm hoog	A1: trapezium 70 mm hoog
A2: trapezium 50 mm hoog	A3: trapezium 35 mm hoog
A4: trapezium 25 mm hoog	A5: trapezium 18 mm hoog
DRIELUIK: trapezium 18 mm hoog	



SIGNATUUR

De signatuur mag gebruikt worden (moet niet). De signatuur kan in hoogte verschillen. De minimumhoogte van het entiteitslogo is gelijk aan de hoogte van het trapeziumlogo en de signatuur heeft vanaf de rechterbovenhoek van het trapezium altijd een hoek van 6°, van linksonder naar rechtsboven.



TRAPEZIUM

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



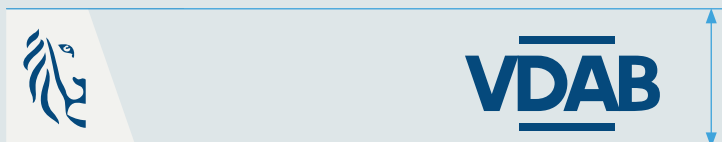
RECHTHOEK

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	



ENTITEITSLOGO

Het entiteitslogo mag niet hoger zijn dan het trapeziumlogo



URL

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 13 pt., interlinie 11,5 pt.	A5: corps 13 pt., interlinie 11,5 pt.
DRIELUIK: corps 13 pt., interlinie 11,5 pt.	

URL bestaan altijd uit een combinatie van Flanders Art Sans Regular en Flanders Art Sans Medium. Ze staan altijd in onderkast. De **contactgegevens** moeten minstens 10 punt groot zijn voor de leesbaarheid

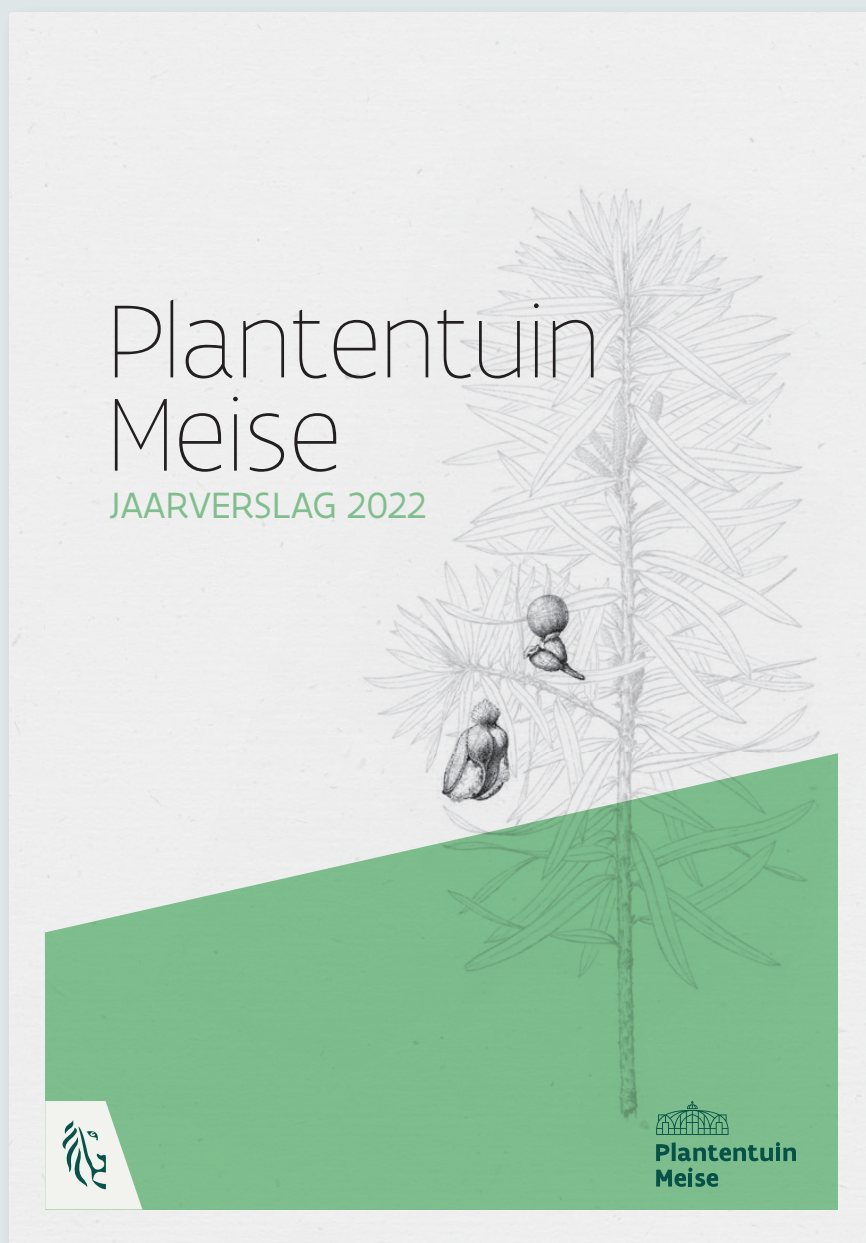
AFWIJKENDE FORMATEN

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

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.





Dit schilderij hangt niet in een museum.

Meer zelfs: het is nooit echt geschied. Het is een allegorie die de menselijke natuur tot leven in de tijd van Peter Bruegel. Gingen peuters al op het potje in de middeleeuwen? Die vraag zalde je als vader misschien nog niet. Maar met duizend anderen andere vragen over kindergezin, die je wel beantwoorden, kun je terecht bij Kind en Gezin.

Ontdek alles over zindelijkheid op kindengezin.be

Of scan de QR-code!




Kind & Gezin



Lorem as dolupta volorempori

Jaarverslag 2024



Samen sterk voor werk **VDAB**

Een kompas voor een sterk onderwijsbeleid

GO! MEMORANDUM 2024-2029




Go! Wij bereiken meer

Gestresseerd? 4-4-4 kalmeert.




Kind & Gezin



Projectsubsidie 'Activatie van meisjes & vrouwen in de sport'

Maart 2024

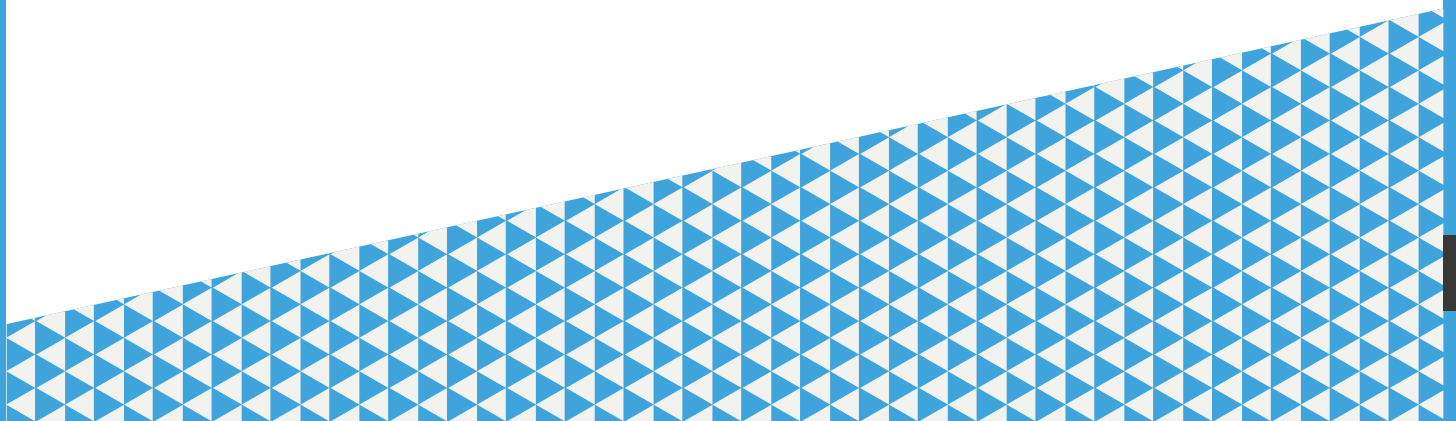


SPORT.
VLAANDEREN



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 trapeziumlogo 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/onz-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 lettertype, iconen en grafische patronen in de body van de site.
- 5 het **volle trapeziumlogo** in de footer (minimumgrootte).



1

2

3

4

U ontvangt niet vaak e-mail van nieuwsbrief@sport.vlaanderen. [Meer informatie over waarom dit belangrijk is](#)

SPORT VLAANDEREN  [Aanmelden](#) 

SPORT. VLAANDEREN

Je maandelijkse update over het sportbeleid in Vlaanderen (april 2024)

De VIP2024-campagne leeft

Met minder dan 100 dagen tot de Olympische Spelen in Parijs is het aftellen begonnen. De komende weken organiseren heel wat steden, gemeenten en sportclubs hun VIP2024-belevingsevent om de olympische spirit naar Vlaanderen te halen. Dit event is één van de drie challenges die ze volbrengen om de titel van VIP2024-stad/gemeente of -sportclub in ontvangst te kunnen nemen. Ontdek op onze sociale media hoe heel Vlaanderen zich opwarmt voor de Spelen of ontdek of jouw stad, gemeente of sportclub ook meedoet.

[Ontdek de deelnemers](#)



De olympische sfeer op televisie

Samen met VRT en VTM brengen we de olympische sfeer bij je thuis. Op VRT MAX laten topsporters je momenteel kennismaken met hun sport in **'Bert & Bavo gaan olympisch'**. Vanaf half mei wisselen 4 duo's van verschillende sportclubs van sport in **'Goed Gespeeld'** op VRT 1. In **'De strijd om goud'** proberen vijf BV's enkele olympische sporten uit. Vanaf half mei op VTM GO.

VTS organiseert eerste Trainersfestival

Kom op zaterdag 25 mei naar het eerste Trainersfestival van de Vlaamse Trainersschool. We toveren het centrum van Sport Vlaanderen Hofstade om tot één grote openluchtcampus, overgoten met een festivalsausje.

[Ontdek het aanbod](#)



Laat je buitensportdomeinen duurzaam onderhouden

Wil je je buitensportterreinen duurzaam laten onderhouden of (her)aanleggen? Wij verzamelden 10 uitdagingen en 10 oplossingen die helpen bij het opstellen van een goed onderbouwd bestek. Een bestek vormt de basis voor samenwerking en dialoog met aannemers, ontwerpers en andere experts en geeft sturing. Bovendien stelt het je in staat om als eigenaar of verantwoordelijke van sportdomeinen voorwaarden te stellen.

[Laat je inspireren](#)

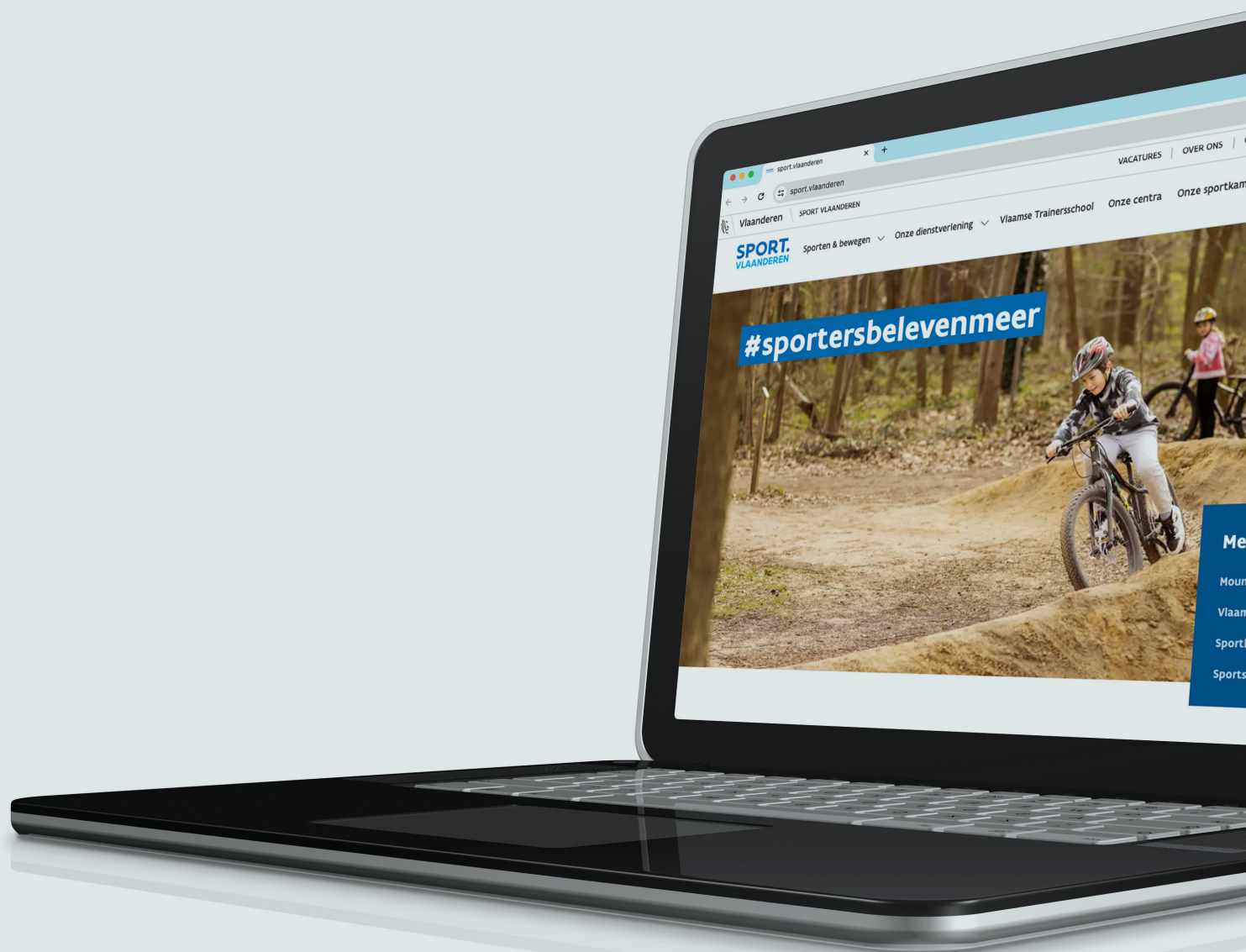
 **SPORT. VLAANDEREN**

5

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



Templates kunnen gedownload worden via vlaanderen.be/huisstijlrichtlijnen





Online advertenties.

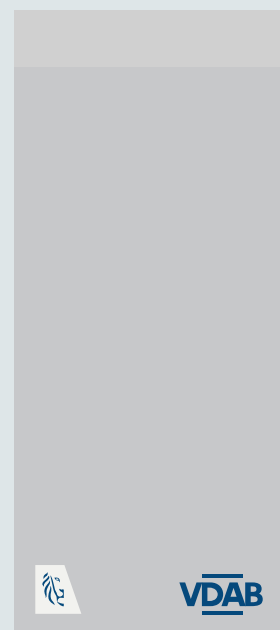
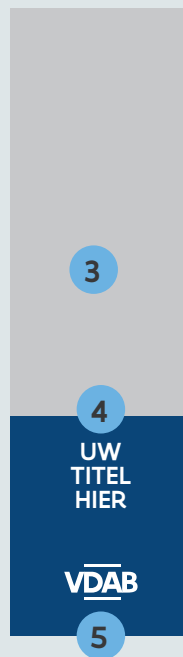
We creëren herkenbaarheid in alle communicatie, door ook bij online advertenties het basisgrid van de huisstijl toe te passen. Alleen als de plaats te beperkt is, kun je daarvan afwijken. Toevoeging van het trapeziumlogo is dan niet verplicht.

Het **basisgrid** voor online advertenties bevat volgende :

- 1 het **trapeziumlogo** links onderaan.
- 2 een **titel of campagneboodschap** (plaatsing vrij te kiezen).
- 3 een **beeld** (foto of illustratie).
- 4 het **schuine vlak in een hoofdkleur**, in een kleurgradatie van het logo of in wit.
Als alternatief mogen ook de rechthoek of de lijnen gebruikt worden.
- 5 **Trapeziumlogo** (niet verplicht wegens gebrek aan ruimte)



Als er onvoldoende plaats is om het trapeziumlogo en het entiteitslogo samen op de advertentie te plaatsen, dan ben je niet verplicht om het trapeziumlogo te gebruiken

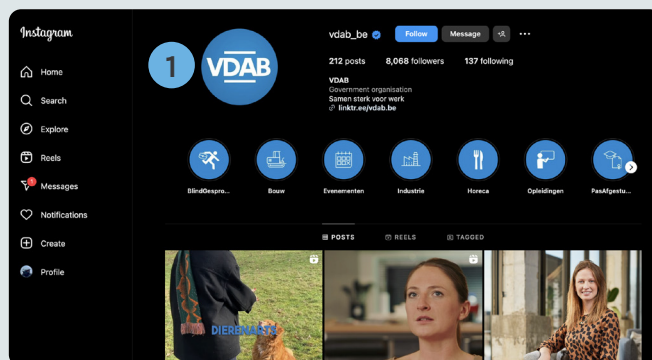


Social media.

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 **het entiteitslogo** 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.*
- 4 **info:** Je voegt de zin 'X maakt deel uit van de Vlaamse overheid' toe.



Alle richtlijnen en technische ondersteuning die voldoen aan de meest recente digitale en gebruikersstandaarden zijn verzameld op onderstaande url.
vlaanderen.be/huisstijlrichtlijnen

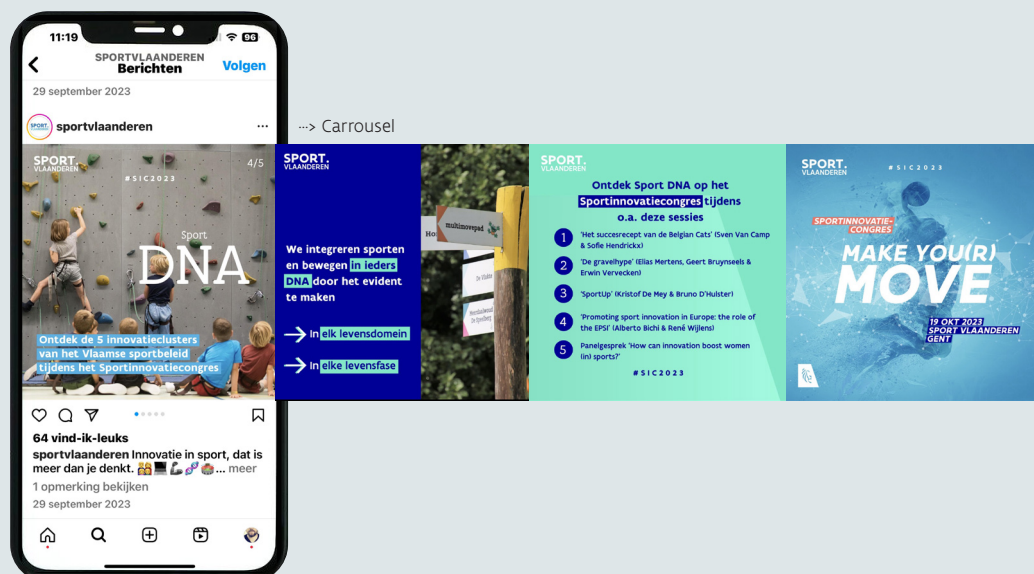
SOCIALMEDIAPOSTS

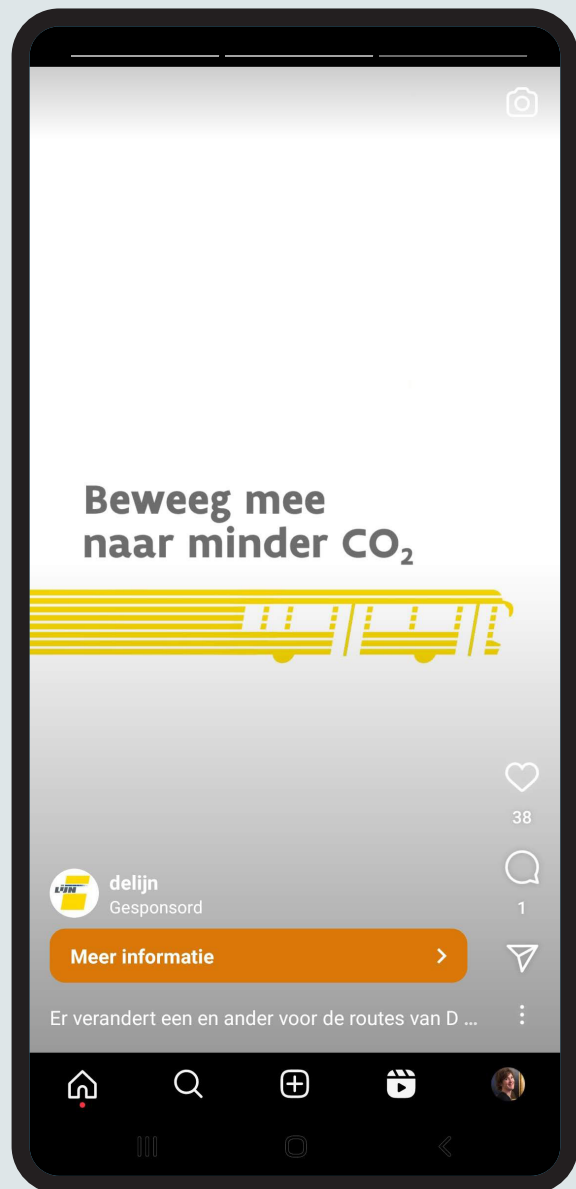
Post, reel en story

Het is 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.

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 trapeziumlogo links onderaan, het entiteitslogo rechts onderaan en de url ergens in het beeld.





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 **trapeziumlogo** (minstens 19,5 mm hoog).
- 2 het **entiteitslogo**
- 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

Dag van de Trainer

13-14-15 december 2024



SPORT.
VLAANDEREN



TUSSENTITELDIA



INHOUDSDIA



EINDDIA



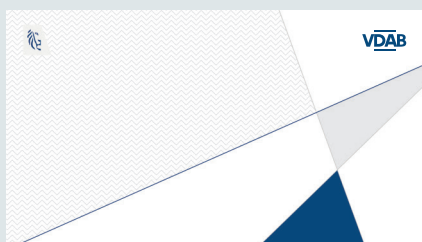
Een tussentitel en inhoudsdia bevatten geen logo's, maar wel de herkenbare huisstijlelementen zoals iconen, grafische patronen en het lettertype.



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

Teams.

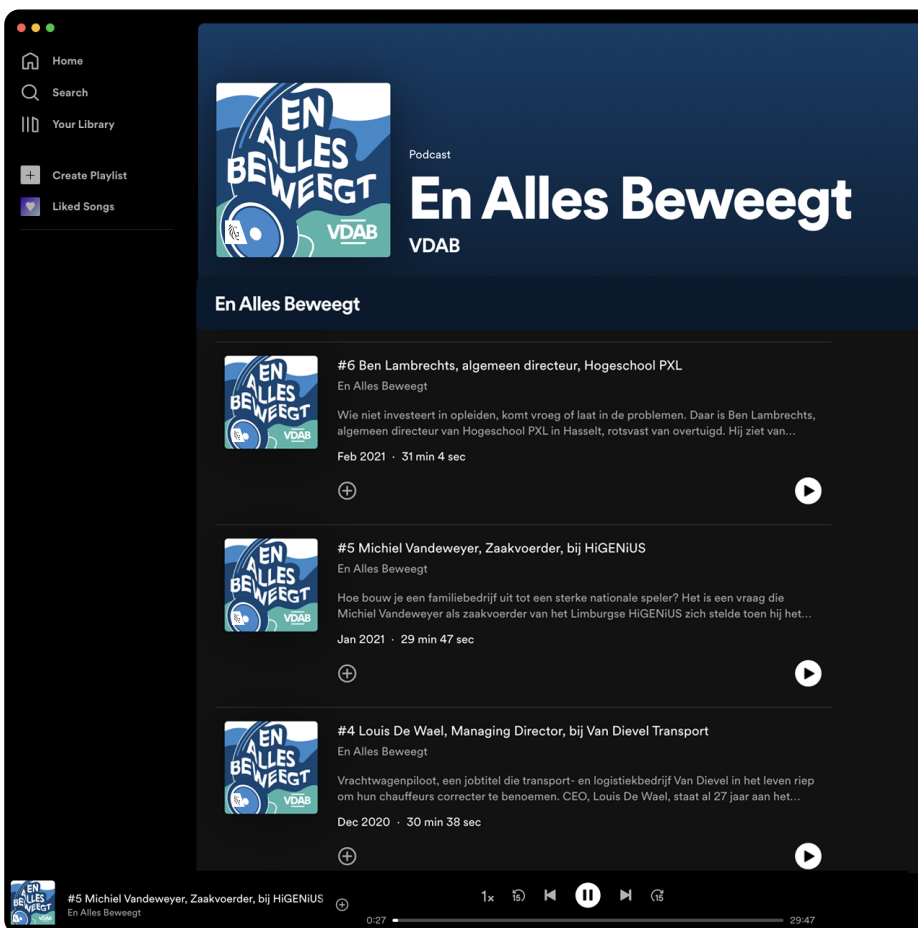
Op een Teamsachtergrond wijken we af van het standaardgrid door het trapeziumlogo links bovenaan en het entiteitslogo rechts bovenaan te plaatsen en niet onderaan. Op die manier is er minder kans dat het logo verdwijnt achter de persoon.



Tegels.

PODCASTTEGELS

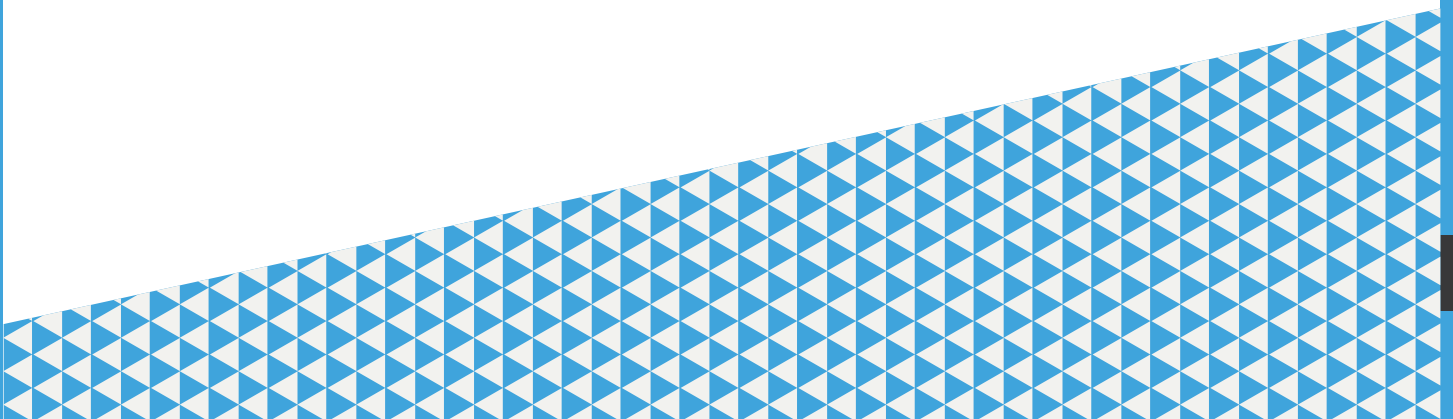
- Bij podcasttegels is er voldoende plaats om het trapeziumlogo en het entiteitslogo te gebruiken. Op die manier creëer je herkenbaarheid over de podcasts heen.
- Gebruik huisstijlelementen zoals het lettertype, de iconen, de kleuren, de iconen en de patronen om de tegel vorm te geven.





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.

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 56 'Audiologo en soundscore'):

- 1 het **trapeziumlogo**
- 2 het **entiteitslogo**
- 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 **kleurvlak** als achtergrond in de hoofdkleur.



Richtlijnen voor video en webfilmpjes zijn beschikbaar via
<https://www.vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijlrichtlijnen/video-radiospot-en-audiologo-niveau-3>

50 pixels van de rand



BEGINPANCARTE

SVO

EINDPANCARTE

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.

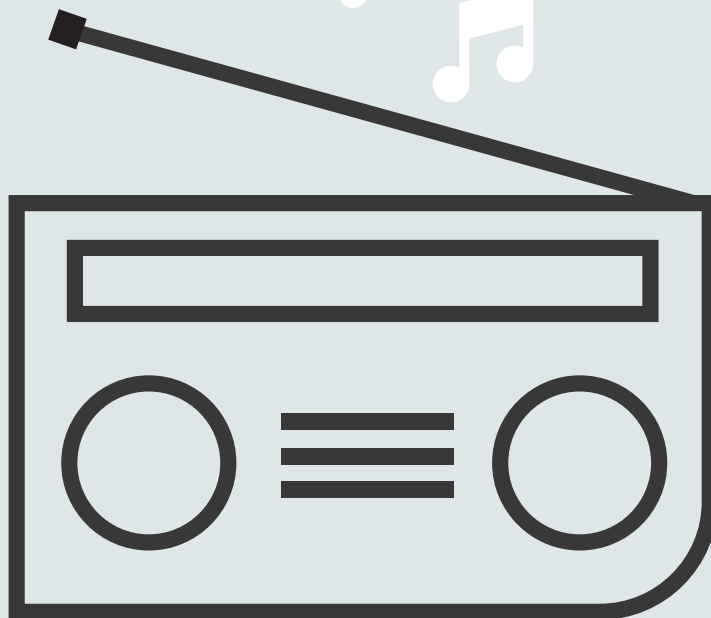
De brandscore bestaat in verschillende soundbites:

- 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.



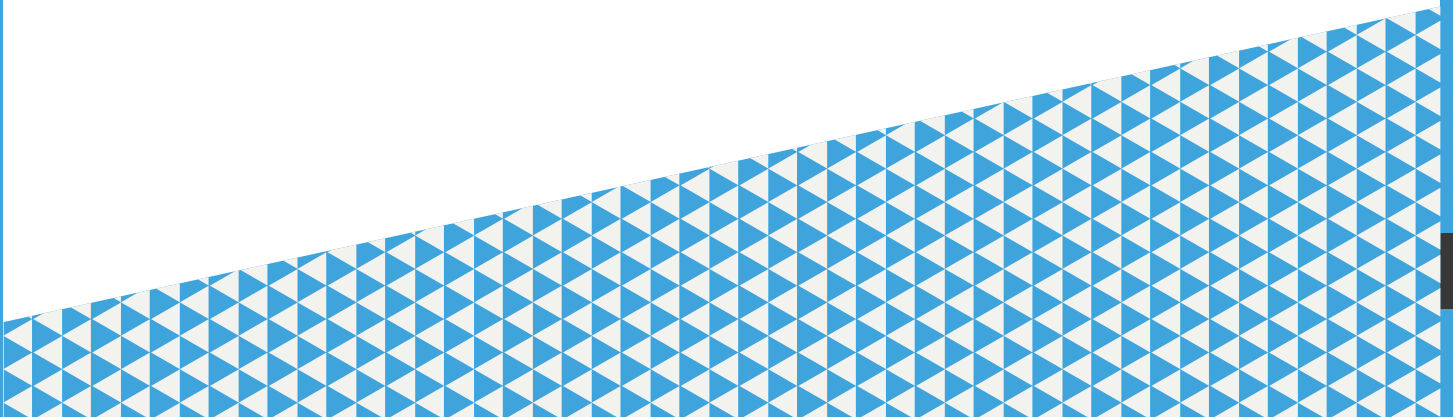
Richtlijnen en het audiologo zijn beschikbaar via
<https://www.vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijlrichtlijnen/video-radiospot-en-audiologo-niveau-3>





Events & signalisatie.

2.4



Evenementen.

ROLL-UPBANNERS

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

De onderstaande roll-upbanners zijn gemaakt volgens **de standaardmaat 850 mm x 2000 mm**. Het **trapezium moet 200 mm hoog** zijn, de leeuwenkop is dan 140 mm hoog.



(BEACH)VLAGGEN



Op beachvlaggen gebruik je de leeuwenkop in een wit vlak onderaan. De minimum-grootte van de kop is 26 cm voor een beachvlag van 200 cm groot. Boven het witte vlak plaats je een kleurvlak in je hoofdkleur met daarop witte tekst (je entiteitslogo 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 trapeziumlogo 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 trapeziumlogo. Minstens 35 mm hoog.
- Pas de vorm of samenstelling van de logo's zelf niet aan.
- Blijf trouw aan je hoofd- en steunkleuren.

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

Download de technische fiche voor kledij op

vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijlrichtlijnen/kleding-en-voertuigen-niveau-3.



Voertuigen.

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

Op voertuigen gebruik je niet het trapeziumlogo, maar de leeuwenkop.

Naast de leeuwenkop plaats je een schuin kleurvlak in de hoofdkleur van de entiteit. 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 komt in de hoofdkleur van de entiteit rechts van het kleurvlak.

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

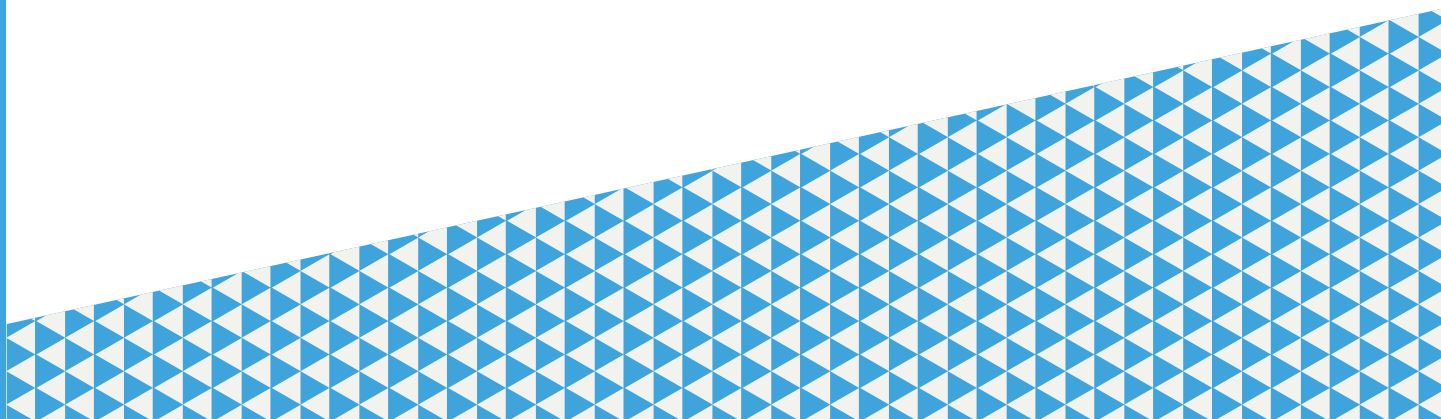


Download de technische fiche van de autostickers op
vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijlrichtlijnen/kleding-en-voertuigen-niveau-3.



Corporate
drukwerk.

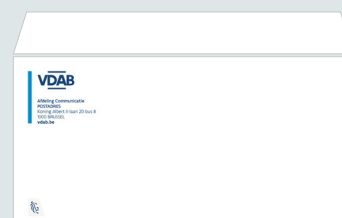
2.5



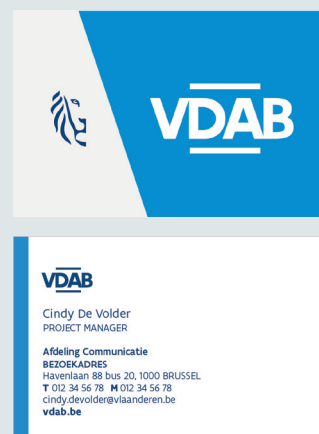
Corporate drukwerk.

SJABLONEN CORPORATE DRUKWERK

Al het corporate drukwerk zoals brieven, enveloppes en visitekaartjes kunnen op maat van je entiteit besteld worden via facilipunt.be.



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:
vlaanderen.be/vlaanderen-intern-communicatie/huisstijl-en-merkbeleid/huisstijlrichtlijnen/brief-visitekaartje-envelop-en-badge-niveau-3

Herman Teirlinckgebouw
Havenlaan 88 (bus 100)
1000 Brussel

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

