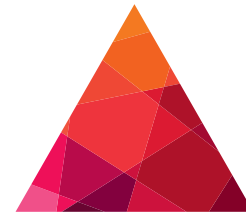


MERKIDENTITEIT
PROVINCIE
ANTWERPEN



**Provincie
Antwerpen**

INHOUD

01. OVER HET MERK	Het merk provincie Antwerpen	05
--------------------------	------------------------------	----

02. HUISSTIJL PROVINCIE ANTWERPEN	Bouwstenen	
	Overzicht	12
	Logo	13
	Baseline	20
	Descriptor	21
	Kleuren	26
	Typografie	45
	Grafisch grid	47
	Beeldtaal	62
	Signalisatie en Iconografie	63
	Taalgebruik	64
	Papierkeuze	69
	Toepassingen	
	Organisatorische communicatie	71
	Marketingcommunicatie	78
	Voertuigen en kledij	98
	Gebouwen en terreinen	102

03. HUISSTIJL SUBMERKEN	Logo	110
	Descriptor	21
	Toepassingen	
	Organisatorische communicatie	112
	Marketingcommunicatie	117
	Voertuigen en kledij	132
	Gebouwen en terreinen	141



01

OVER HET MERK

HET MERK PROVINCIE ANTWERPEN

Werk vooraf

Dit huisstijlhandboek is er niet zomaar gekomen. Het is het tastbare resultaat van een intense denkoefening over ons merk 'provincie Antwerpen'. Niet alleen de Communicatiedienst, maar de hele organisatie was bij die oefening betrokken.

Doelgroepenonderzoek, imagostudies, brainstormsessies, ... Tijd noch moeite werden gespaard om tot de kern van de zaak te komen en een eenduidig antwoord te vinden op deze vraag: "Wat maakt de provincie Antwerpen uniek?"

Onze drijfveren

We gingen eerst na wat onze 3 drijfveren zijn en keken dan hoe die ons merk richting (kunnen) geven. Met de drijfveren kunnen we ons onderscheiden van de andere overheden. Onze drijfveren zijn: Parenting. Curiosity. Vitality.

Parenting

Als dienstverlener ondersteunt de provincie Antwerpen haar verschillende partners. Vanuit onze jarenlange expertise bieden we oplossingen over de grenzen van steden en gemeenten heen. Daardoor voelen steden, gemeenten én regio's zich ondersteund door ons.

Curiosity

De provincie Antwerpen loopt met een open blik vooruit op verschillende uitdagingen. We ontwikkelen resultaatgerichte, innovatieve en duurzame oplossingen voor bovenlokale maatschappelijke uitdagingen. Daarmee moedigen we onze partners aan om ook met open geest vooruit te kijken.

Vitality

De eigenheid van de verschillende regio's, steden en gemeenten bepaalt mee de kracht van de provincie Antwerpen. We verbinden die verschillen. We zorgen voor maatoplossingen voor onze partners en win-winsituaties die hen stimuleren en inspireren.

Onze merkpersoonlijkheid

Drijfveren (of het gedrag van ons merk) zijn eerder abstracte begrippen. Een sterk merk heeft echter een sterke (merk)persoonlijkheid die doorschemert in alle communicatie en acties. Als onze provincie Antwerpen een persoon zou zijn, dan zouden we volgende persoonlijkheidskenmerken hebben:

- Bezielend en deskundig
- Verbindend en nabij
- Ondersteunend en proactief
- Duurzaam

Onze merkessentie

Vanuit die persoonlijkheid ontwikkelden we onze merkessentie: wie zijn we en waarom doen we wat we doen?

De provincie Antwerpen werkt over de grenzen van haar steden en gemeenten heen. We pakken problemen aan en vullen behoeften in. Want, het werk van gemeenten en steden stopt immers aan hun grenzen. Vlaanderen is daarvoor ook niet de best geplaatste overheid. Die voelt de problemen en behoeften niet altijd even goed aan omdat ze juist eigen zijn aan de provincie. We zijn dan ook een mix van verschillende regio's. En, die verscheidenheid maakt ons net tot wie we zijn. Daarmee omgaan, daar zijn we goed in. We hebben niet alleen verschillende regio's, maar ook een enorm aantal diensten en producten.

Soms zul je ons 'zien' in die producten en diensten, zoals onze provinciale scholen of onze recreatiedomeinen. Soms zul je ons niet zien. We verrichten ook veel werk achter de schermen. Zo staan we onder andere in voor het waterbeleid en zorgen we ervoor dat je thuis geen natte voeten krijgt. Maar, of je ons nu ziet of niet, altijd zorgen we ervoor dat de dingen werken, er oplossingen zijn en iedereen kansen krijgt.

De merkarchitectuur

Willen we ons merk, provincie Antwerpen, duidelijk positioneren, dan hebben we een heldere merkarchitectuur nodig, die laat zien uit welke componenten het merk provincie Antwerpen bestaat en hoe die zich tegenover elkaar verhouden. Kortom, de merkarchitectuur bepaalt de hiërarchie van de merkcommunicatie.

We onderscheiden verschillende niveaus.

Het moedermerk provincie Antwerpen (monolithisch)

Bij de monolithische verschijning treedt de provincie naar buiten als eenheid, als 1 ploeg. Alle producten en diensten worden daarbij 'vermarkt' onder dezelfde naam, logo en huisstijl, namelijk die van de provincie Antwerpen. De monolithische verschijning is de regel. Die regel is van toepassing op alle provinciale, administratieve diensten en producten die niet voldoen aan de voorwaarden van een submerk.

De submerking vormen een uitzondering op de regel. Die producten en diensten krijgen de mogelijkheid om vanuit een eigen logo te communiceren en zich zo te onderscheiden van het moedermerk, provincie Antwerpen. Toch blijft er altijd een duidelijk link naar het logo van de provincie Antwerpen.

Submerken

Submerken zijn een exclusief product van de provincie Antwerpen met een eigen toegevoegde

waardepropositie. Submerken hebben een eerstelijnsaanbod naar de burger en staan in direct contact met het grote publiek. Submerken bevinden zich in de belevingseconomie. In realiteit beperkt dat zich tot de culturele producten, ontspanningsproducten en de educatieve producten.

Andere

Naast het moedermerk en de submerken zijn er in de merkarchitectuur van de provincie Antwerpen nog een aantal andere niveaus:

- partnership
- sponsorship
- kwaliteitslabel
- campagnes
- mascottes

Voor meer informatie over de merkarchitectuur kun je terecht bij de Communicatiedienst van de provincie Antwerpen via communicatiedienst@admin.provant.be.

Tot slot

Op het einde van de rit wil iedereen altijd de beste kwaliteit voor de beste prijs, of het meest innovatieve product, en de meest persoonlijke aanpak, ... Laat we echter niet vergeten dat het uitbouwen van een merk zoiets is als het uitbouwen van een hechte vriendschap. Hechte vrienden voelen vertrouwd aan. Je herkent jezelf in hen. Kortom, je hebt wat gemeen en je voelt je betrokken bij elkaar. Maar zo'n vriendschap ontstaat niet van de ene op de andere dag. Dat vraagt tijd en energie.



02

HUISSTIJL
PROVINCIE
ANTWERPEN

BOUWSTENEN

The background features a white upper section and a lower section composed of overlapping red geometric shapes. A large red triangle points upwards from the bottom left towards the center. Another large red triangle points downwards from the top right towards the center. These two triangles overlap in the center, creating a darker red diamond shape. The overall composition is minimalist and modern.

OVERZICHT

De huisstijl van de provincie Antwerpen bestaat uit een aantal bouwstenen die samen een unieke en flexibele merkidentiteit vormen.

LOGO



KLEUR

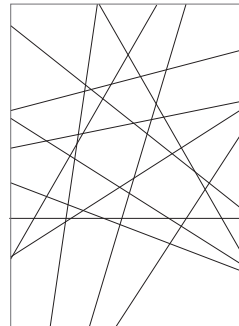


TYPOGRAFIE

Typografie
open
veelzijdig

...

GRID



FOTOGRAFIE



SIGNALISATIE & ICONOGRAFIE



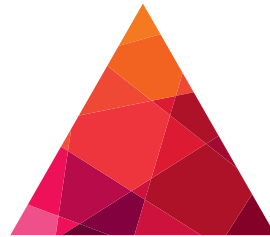
LOGO

Ons logo is een vormelijke vertaling van ons inhoudelijke verhaal. Dat verhaal vertrekt vanuit het gegeven dat de provincie instanties, regio's, steden, gemeenten, dorpen en mensen samenbrengt. Door proactief en ondersteunend handelen, genereert de provincie nieuwe kansen en oplossingen uit deze diversiteit.

De basisvorm is een opwaartse driehoek. Die staat symbool voor de provincie als stuwende kracht. De provincie die partijen samenbrengt en door daadkrachtig optreden het geheel naar een hoger niveau tilt om zo tot oplossingen te komen. De driehoek krijgt een invulling met een patroon van ongelijke vlakken. Deze vlakken vormen een plattegrond van de provincie, maar staan vooral symbool voor de grote diversiteit aan instanties en mensen in onze provincie. En voor de diversiteit in de eigen organisatie, producten en diensten. De driehoek omsluit alle vlakken en brengt zo eenheid en kracht in deze diversiteit.

De kleurschakering illustreert de dynamiek en diversiteit in de provincie. Het staat voor beweging, vooruitgang en innovatie.

LOGO



Provincie Antwerpen

LOGO

Naast het basislogo bestaat er ook een alternatief logo met een staande opbouw.

ALTERNATIEF LOGO



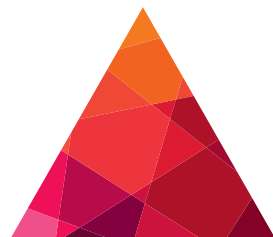
LOGO

Kleurversies

Het primaire logo is het kleurlogo op een witte achtergrond. Deze witte ondergrond is een belangrijk deel van de huisstijl van de provincie Antwerpen. Het is een consistent gegeven dat op alle uitingen terug komt en daardoor een herkenbaar element is.

Gebruik altijd de voorkeursversie van het logo wanneer dit technisch mogelijk is. Wanneer het technisch onmogelijk is om de voorkeursversie te gebruiken kiezen we voor de tweede of de derde versie.

KLEURVERSIES



voorkeursversie
kleur (quadri + tekst in pms 504)

Provincie Antwerpen



2de versie
één kleur (pms 200)

Provincie Antwerpen



3de versie
zwart / wit

Provincie Antwerpen



LOGO

Taalversies

Naast de Nederlandstalige versie van het logo is er ook een Frans-, Duits- en Engelstalig logo beschikbaar.

TAALVERSIES



**La province
d'Anvers**

Frans



**Die Provinz
Antwerpen**

Duits



**The province
of Antwerp**

Engels

LOGO

Beschermzone

Met het oog op een optimale visuele impact voorzie je best een minimale vrije (wit)ruimte rondom het logo.

Om de beschermzone te bepalen gebruiken we de hoogte van de driehoek uit het logo.

Concreet betekent dat dat er zich binnen dit kader niets anders mag bevinden dan het logo.

Uitzondering

Wanneer het logo te klein dreigt te worden, je gebruik maken van de helft van de hoogte van de driehoek om de beschermzone te bepalen.

BESCHERMZONE



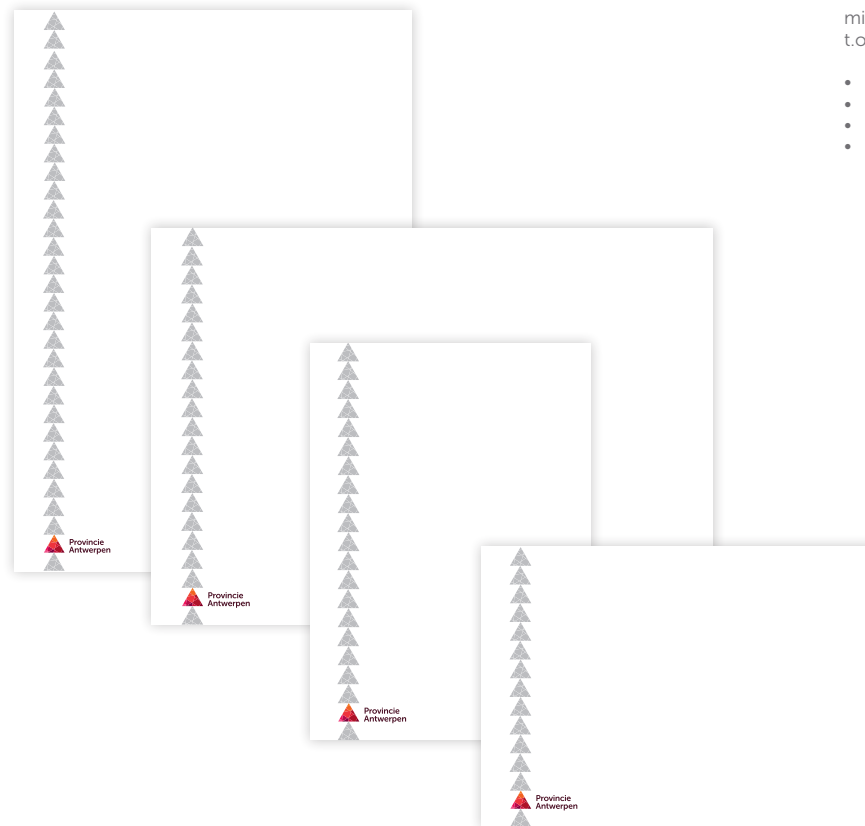
- minimale beschermzone
- beschermzone bij een uitzondering

LOGO

Minimale grootte op A-formaten

Voor de zichtbaarheid van het logo leggen we een minimale grootte vast. Deze minimale grootte werd bepaald met de hoogte van het beeldmerk in verhouding tot een layout-oppervlak in een A-formaat.

MINIMALE GROOTTE



minimale hoogte van het beeldmerk in het logo t.o.v. de hoogte van het A-formaat:

- A4 of een groter A-formaat staand: 1/30
- A4 of een groter A-formaat liggend: 1/21
- A5 staand: 1/21
- A5 liggend: 1/15

LOGO

Minimale grootte voor formaten kleiner als A5

Voor de zichtbaarheid van het logo op formaten kleiner als een A5-formaat, legden we een minimale grootte van 5mm vast voor drukwerktoepassingen en 20px voor beeldschermtoepassingen.

MINIMALE GROOTTE

minimale grootte formaten kleiner als A5:
drukwerktoepassingen



minimale grootte digitale toepassingen



BASELINE

Plaatsing

Een eventuele baseline wordt ofwel bij het logo geplaatst, ofwel vrij in het vlak. Als de baseline bij het logo komt, staat de positionering vast.

Kleur

De baseline bij het logo zetten we in een vaste kleur rood (pms 200).

BASELINE



Logo en baseline vast



Logo en baseline los van elkaar

DESCRIPTOR

Wat is het

De descriptor is een aanvullend element bij het logo dat de afzender (dienst en departement) van een bepaalde communicatie afkomstig weergeeft. We nemen hierin enkel adresgegevens op.

Gebruik is niet verplicht

Het gebruik van een descriptor is niet verplicht. Als de adresgegevens niet vermeld moeten worden, moet er geen descriptor staan.

DESCRIPTOR

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING

Departement Mens, Communicatie en Organisatie

Desguinlei 100, 2018 Antwerpen

T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

DESCRIPTOR

Opbouw

De descriptor heeft een vaste opbouw.

DESCRIPTOR

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T.03.240.57.90 - F.03.240.51.95 - www.provant.be

deel 1

dienst en departement
(pms 504, CMYK 29/82/44/73)

deel 2

contactgegevens
(pms cool gray 11,
CMYK 0/0/0/80)

deel 1

Om een duidelijke structuur te krijgen, plaatsen we de dienst steeds in kapitalen en het departement in onderkast.

tekst: Museo Sans 700
kleur: pantone 504
minimale fontgrootte: 7,5pt

deel 2

Vermelding van contactgegevens in onderkast.

tekst: Museo Sans 300
kleur: pantone cool gray 11, CMYK 0/0/0/80
minimale fontgrootte: 7,5pt

- > Alle regels binnen de descriptor hebben dezelfde fontgrootte.
- > De **minimale** interlinie tussen de regels is gelijk aan de fontgrootte + 1/5 van de fontgrootte of een interlinie van 120% (auto in InDesign).

minimale beschermzone is 8 mm

DESCRIPTOR

Verhouding

De descriptor en het logo staan in verhouding ten opzichte van elkaar. Beide elementen moeten in verhouding met elkaar vergroot of verkleind worden. Waar kan, moet deze verhouding gerespecteerd worden.

Uitzondering

De uitgetekende verhouding is indicatief. Soms kan het wenselijk zijn om de descriptor groter dan het logo te plaatsen. Bijvoorbeeld om een dienst helder te identificeren als afzender.

VERHOUDING

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T.03.240.57.90 - F.03.240.51.95 - www.provant.be



verhouding tussen descriptor en logo,
als basis gebruiken we een descriptor met 4 regels

DESCRIPTOR

Elementen

De benaming bestaat uit de naam van de dienst en het departement, de adres- en andere contactgegevens. Welke en hoeveel van dit soort gegevens in de descriptor staan, is vrij te bepalen.

VARIATIES DESCRIPTOR

voorbeeld descriptor extra regel

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be
↑
extra regel.....

voorbeeld descriptor minder regels

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T.03.240.57.90.-.F.03.240.51.95.-.www.provant.be.....

steeds aligneren op de basislijn

voorbeeld descriptor kort

PROJECTWERKING EN
ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens,
Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95
↑
www.provant.be.....

voorbeeld descriptor met qr code

PROJECTWERKING EN
ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens,
Communicatie en Organisatie
.....


steeds aligneren op de basislijn

DESCRIPTOR

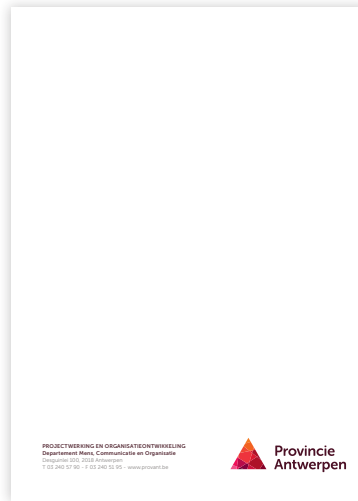
Plaatsing descriptor

Je mag de descriptor vrij plaatsen, en afhankelijk van de opmaak. Logo en descriptor moet je niet binnen hetzelfde vlak plaatsen.

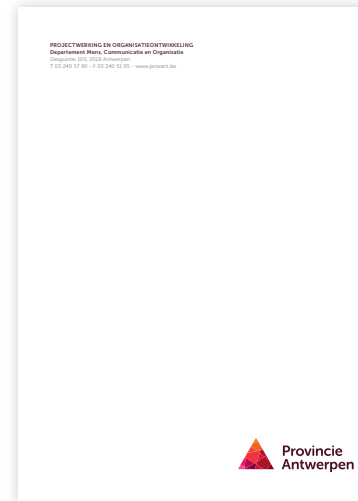
Witte ondergrond

De descriptor plaats je altijd op een witte ondergrond.

MOGELIJKHEDEN PLAATSING DESCRIPTOR



plaatsing links of rechts van het logo



plaatsing boven of onder het logo



plaatsing in een ander vlak

KLEUREN

Primaire kleuren

De primaire kleuren zijn de kleuren waaruit het logo is opgebouwd. De gekozen kleuren vallen binnen hetzelfde gamma, waardoor ze een sterk visueel geheel vormen en onderling te combineren zijn. Dat primaire kleurenpalet zorgt voor een sterke herkenbaarheid van het merk provincie Antwerpen.

Er zijn ook vier grijs tinten die we gebruiken als kleur bij bijvoorbeeld teksten, of neutrale zones op het layoutoppervlak.

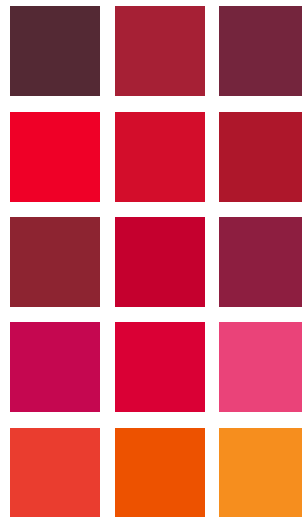
OPGELET: Voor teksten gebruiken we enkel 1 van de grijs waarden en nooit 100% zwart. Voor corpgs grootten onder 11 punt gebruiken we altijd de donkerste grijs tint.

Toepassingen primaire kleuren

De primaire kleuren zijn van toepassing op:

- Organisatorische communicatie
- Marketingcommunicatie
- Voertuigen en kledij
- Gebouwen en terreinen

PRIMAIRE KLEUREN



Kleuren uit het basislogo



Aanvullende grijs waarden

KLEUREN

Secundaire kleuren

Voor de secundaire kleuren is er een pallet samengesteld dat het primaire kleurenpalet. Gezien de zeer uitgebreide en diverse communicatie van provincie Antwerpen laten we de nodige vrijheid in de kleurkeuze binnen het secundaire kleurenpalet.

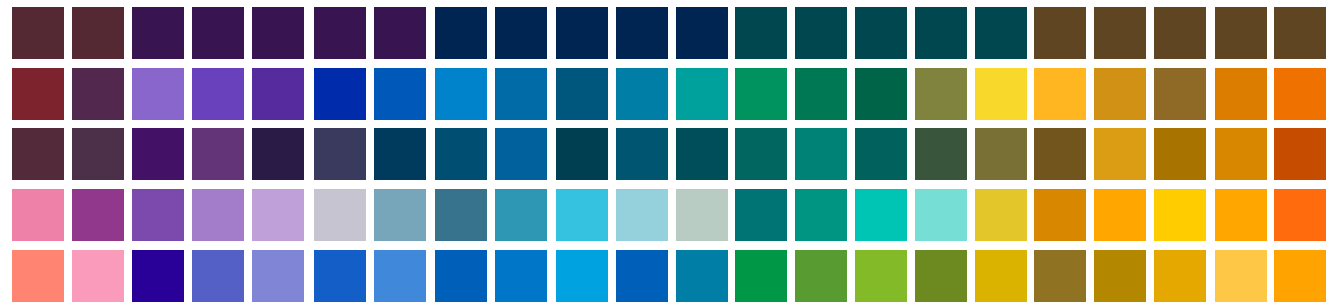
Belangrijk in de kleurkeuze is consistentie. Daarom de keuze om op drie van de vier toepassingscategorieën enkel primaire kleuren te gebruiken. Maar er is ook differentiatie nodig. Daarom de keuze om op de meeste externe dragers (binnen de categorie Marketingcommunicatie) het secundair kleurenpalet toe te passen.

Toepassingen secundaire kleuren

De secundaire kleuren mogen gebruikt worden in één categorie van de toepassingen:

- Marketingcommunicatie

SECUNDAIRE KLEUREN



KLEUREN

Kleursysteem

Binnen het brede kleurenpalet maken we gebruik van een keuzesysteem. Hierbij kiezen we maximaal vier naast elkaar liggende kolommen die dan het palet vormen. Zo blijft het kleurenpalet in beperkte vorm eenvormig en samenhangend.

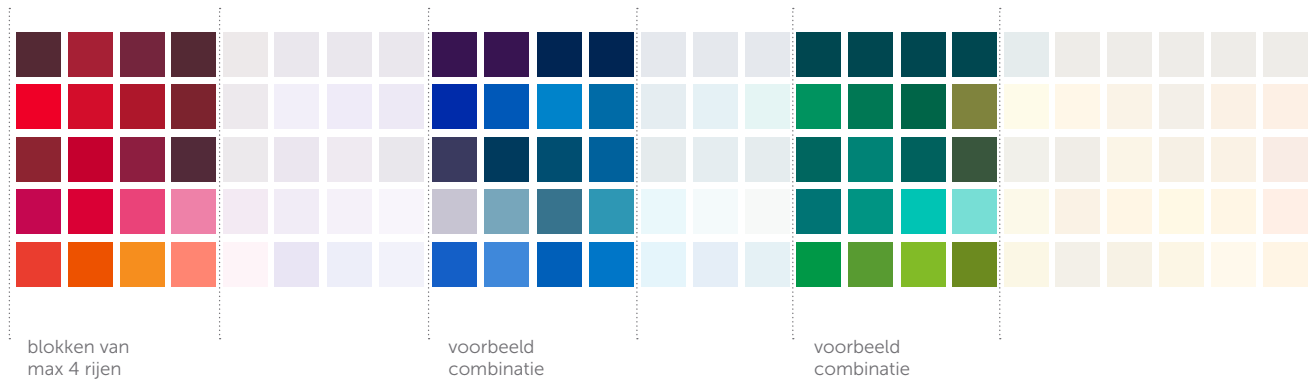
Mix geen kleuren. Vermijd bijvoorbeeld om roden en groenen in één opmaak te gebruiken.

Ieder palet mag aangevuld worden met de vier grijswaarden.

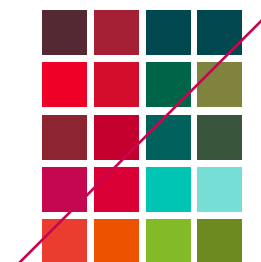
Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren worden enkel gebruikt voor marketingcommunicatie.

KLEURSYSTEEM



ieder kleurenpalet kan aangevuld worden met grijs



geen kleurgroepen combineren

KLEUREN

Primaire kleuren






Toepassingen primaire kleuren

De primaire kleuren mogen gebruiken

we op alle toepassingscategorieën:

- Organisatorische communicatie
- Marketingcommunicatie
- Voertuigen en kledij
- Gebouwen en terreinen

PRIMAIRE KLEUREN

		PANTONE	CMYK	RGB	HEX
	COATED UNCOATED	504 C 504 U	29/82/44/73	87/41/50	#572932
	COATED UNCOATED	185 C 185 U	0/93/79/0	228/0/43	#E4002B
	COATED UNCOATED	186 C 186 U	2/100/85/6	200/16/46	#C8102E
	COATED UNCOATED	187 C 187 U	7/100/82/26	166/25/46	#A6192E
	COATED UNCOATED	202 C 202 U	9/100/64/48	134/38/51	#862633
	COATED UNCOATED	200 C 200 U	3/100/70/12	186/12/47	#BA0C2F
	COATED UNCOATED	209 C 209 U	20/97/40/58	111/38/61	#6F263D
	COATED UNCOATED	208 C 208 U	15/100/37/45	134/31/65	#861F41
	COATED UNCOATED	207 C 207 U	5/100/48/22	165/0/52	#A50034

KLEUREN

Primaire kleuren







Toepassingen primaire kleuren

De primaire kleuren mogen gebruiken

we op alle toepassingscategorieën:

- Organisatorische communicatie
- Marketingcommunicatie
- Voertuigen en kledij
- Gebouwen en terreinen

PRIMAIRE KLEUREN

		PANTONE	CMYK	RGB	HEX
	COATED	201 C	0/100/48/22	161/42/61	#A12A3D
	UNCOATED	201 U			
	COATED	206 C	0/100/50/00	206/0/55	#CE0037
	UNCOATED	206 U			
	COATED	205 C	0/83/16/0	224/69/123	#E0457B
	UNCOATED	205 U			
	COATED	179 C	0/87/85/0	224/60/49	#E03C31
	UNCOATED	179 C			
	COATED	166 C	0/76/100/0	227/82/5	#E35205
	UNCOATED	166 U			
	COATED	ORANGE 021 C	0/65/100/0	254/80/0	#FE5000
	UNCOATED	ORANGE 021 U			

KLEUREN

Aanvullende grijswaarden

Deze aanvullende grijswaarden maken deel uit van de primaire kleuren en gebruiken we op alle 4 categorieën van toepassingen:

- Organisatorische communicatie
- Marketingcommunicatie
- Voertuigen en kledij
- Gebouwen en terreinen

GRIJSWAARDEN



COATED
UNCOATED

PANTONE
COOL GRAY 11 C
COOL GRAY 11 U

CMYK
0/0/0/80

RGB
83/86/90

HEX
#53565A



COATED
UNCOATED

PANTONE
COOL GRAY 8 C
COOL GRAY 8 U

CMYK
0/0/0/60

RGB
136/139/141

HEX
#888B8D



COATED
UNCOATED

PANTONE
COOL GRAY 6 C
COOL GRAY 6 U

CMYK
0/0/0/40

RGB
167/168/170

HEX
#A7A8AA



COATED
UNCOATED

PANTONE
COOL GRAY 4 C
COOL GRAY 4 U

CMYK
0/0/0/25

RGB
187/188/188

HEX
#BBBCBC








KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED	PANTONE 188 C	CMYK 16/100/65/58	RGB 118/35/47	HEX #76232F
	UNCOATED	188 U			
	COATED	PANTONE 204 C	CMYK 0/59/5/0	RGB 231/130/169	HEX #E782A9
	UNCOATED	204 U			
	COATED	PANTONE 170 C	CMYK 0/48/50/0	RGB 255/134/116	HEX #FF8674
	UNCOATED	170 U			
	COATED	PANTONE 262 C	CMYK 58/92/12/54	RGB 81/40/79	HEX #51284F
	UNCOATED	262 U			
	COATED	PANTONE 518 C	CMYK 55/86/20/63	RGB 75/48/72	HEX #4B3048
	UNCOATED	518 U			
	COATED	PANTONE 513 C	CMYK 53/99/0/0	RGB 147/50/142	HEX #93328E
	UNCOATED	513 U			
	COATED	PANTONE 1905 C	CMYK 0/47/9/0	RGB 245/155/187	HEX #F59BBB
	UNCOATED	1905 U			









KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 2627 C 2627 U	CMYK 85/100/6/38	RGB 60/16/83	HEX #3C1053
	COATED UNCOATED	PANTONE 265 C 265 U	CMYK 52/66/0/0	RGB 144/99/205	HEX #9063CD
	COATED UNCOATED	PANTONE 2617 C 2617 U	CMYK 84/99/0/12	RGB 71/10/104	HEX #470A68
	COATED UNCOATED	PANTONE 2587 C 2587 U	CMYK 58/76/0/0	RGB 130/70/175	HEX #8246AF
	COATED UNCOATED	PANTONE VIOLET C VIOLET C	CMYK 90/99/0/0	RGB 68/0/153	HEX #440099
	COATED UNCOATED	PANTONE 266 C 266 U	CMYK 76/90/0/0	RGB 117/59/189	HEX #753BBD
	COATED UNCOATED	PANTONE 7664 C 7664 U	CMYK 74/100/0/0	RGB 101/50/121	HEX #653279
	COATED UNCOATED	PANTONE 2577 C 2577 U	CMYK 40/54/0/0	RGB 167/123/202	HEX #A77BCA









KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 2725 C 2725 U	CMYK 76/76/0/0	RGB 104/91/199	HEX #685BC7
	COATED UNCOATED	PANTONE 267 C 267 U	CMYK 82/97/0/0	RGB 95/37/159	HEX #5F29F
	COATED UNCOATED	PANTONE 2695 C 2695 U	CMYK 91/100/8/59	RGB 46/26/71	HEX #2E1A47
	COATED UNCOATED	PANTONE 2567 C 2567 U	CMYK 29/45/0/0	RGB 193/160/218	HEX #C1A0DA
	COATED UNCOATED	PANTONE 2715 C 2715 U	CMYK 56/52/0/0	RGB 139/132/215	HEX #8B84D7
	COATED UNCOATED	PANTONE 2736 C 2736 U	CMYK 97/95/0/0	RGB 30/34/170	HEX #1E22AA
	COATED UNCOATED	PANTONE 5265 C 5265 U	CMYK 86/83/9/45	RGB 64/58/96	HEX #403A60
	COATED UNCOATED	PANTONE 5305 C 5305 U	CMYK 18/15/2/6	RGB 198/196/210	HEX #C6C4D2









KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 2726 C 2726 U	CMYK 81/70/0/0	RGB 72/92/199	HEX #485CC7
	COATED UNCOATED	PANTONE 2935 C 2935 U	CMYK 100/52/0/0	RGB 0/87/184	HEX #0057B8
	COATED UNCOATED	PANTONE 302 C 302 U	CMYK 100/48/12/58	RGB 0/59/92	HEX #003B5C
	COATED UNCOATED	PANTONE 7695 C 7695 U	CMYK 43/9/8/8	RGB 123/167/188	HEX #7BA7BC
	COATED UNCOATED	PANTONE 2718 C 2718 U	CMYK 65/45/0/0	RGB 92/136/218	HEX #5C88DA
	COATED UNCOATED	PANTONE PROCESS BLUE C PROCESS BLUE U	CMYK 100/13/1/2	RGB 0/133/202	HEX #0085CA
	COATED UNCOATED	PANTONE 3025 C 3025 U	CMYK 100/27/10/56	RGB 0/79/113	HEX #004F71
	COATED UNCOATED	PANTONE 7698 C 7698 U	CMYK 65/9/0/53	RGB 71/118/145	HEX #477691









KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 300 C 300 U	CMYK 99/50/0/0	RGB 0/108/180	HEX #006CB4
	COATED UNCOATED	PANTONE 307 C 307 U	CMYK 100/22/2/18	RGB 0/118/174	HEX #0076AE
	COATED UNCOATED	PANTONE 3015 C 3015 U	CMYK 100/35/3/21	RGB 0/109/163	HEX #006DA3
	COATED UNCOATED	PANTONE 7459 C 7459 U	CMYK 72/9/9/13	RGB 73/159/188	HEX #499FBC
	COATED UNCOATED	PANTONE 3005 C 3005 U	CMYK 100/31/0/0	RGB 0/129/200	HEX #0081C8
	COATED UNCOATED	PANTONE 308 C 308 U	CMYK 100/18/8/50	RGB 0/98/135	HEX #006287
	COATED UNCOATED	PANTONE 3035 C 3035 U	CMYK 100/30/19/76	RGB 0/67/87	HEX #004357
	COATED UNCOATED	PANTONE 637 C 637 U	CMYK 62/0/8/0	RGB 101/193/222	HEX #65C1DE









KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 655 C 655 U	CMYK 100/79/12/59	RGB 0/37/84	HEX #002554
	COATED UNCOATED	PANTONE 299 C 299 U	CMYK 86/8/0/0	RGB 0/160/220	HEX #00A0DC
	COATED UNCOATED	PANTONE 314 C 314 U	CMYK 100/5/14/17	RGB 0/132/172	HEX #0084AC
	COATED UNCOATED	PANTONE 7708 C 7708 U	CMYK 100/18/12/59	RGB 0/90/118	HEX #005A76
	COATED UNCOATED	PANTONE 629 C 629 U	CMYK 36/0/9/0	RGB 165/213/220	HEX #A5D5DC
	COATED UNCOATED	PANTONE 3272 C 3272 U	CMYK 94/0/48/0	RGB 0/167/159	HEX #00A79F
	COATED UNCOATED	PANTONE 3165 C 3165 U	CMYK 100/16/33/66	RGB 0/87/96	HEX #005760
	COATED UNCOATED	PANTONE 622 C 622 U	CMYK 25/2/19/5	RGB 187/209/194	HEX #BBC1C2








KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 316 C 316 U	CMYK 97/21/33/73	RGB 0/77/88	HEX #004D58
	COATED UNCOATED	PANTONE 340 C 340 U	CMYK 99/0/84/0	RGB 0/158/105	HEX #009E69
	COATED UNCOATED	PANTONE 329 C 329 U	CMYK 100/14/60/49	RGB 0/106/95	HEX #006A5F
	COATED UNCOATED	PANTONE 7718 C 7718 U	CMYK 98/0/48/40	RGB 0/123/117	HEX #007B75
	COATED UNCOATED	PANTONE 347 C 347 U	CMYK 93/0/100/0	RGB 0/163/81	HEX #00A351
	COATED UNCOATED	PANTONE 341 C 341 U	CMYK 95/5/82/24	RGB 0/132/91	HEX #00845B
	COATED UNCOATED	PANTONE 327 C 327 U	CMYK 100/2/60/14	RGB 0/144/125	HEX #00907D








KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 3285 C 3285 U	CMYK 98/0/59/0	RGB 0/163/137	HEX #00A389
	COATED UNCOATED	PANTONE 362 C 362 U	CMYK 78/0/100/2	RGB 78/169/63	HEX #4EA93F
	COATED UNCOATED	PANTONE 342 C 342 U	CMYK 93/10/75/43	RGB 0/112/85	HEX #007055
	COATED UNCOATED	PANTONE 7720 C 7720 U	CMYK 89/0/45/60	RGB 0/103/97	HEX #006761
	COATED UNCOATED	PANTONE 3265 C 3265 U	CMYK 66/0/39/0	RGB 93/186/169	HEX #5DBAA9
	COATED UNCOATED	PANTONE 368 C 368 U	CMYK 65/0/100/0	RGB 124/184/47	HEX #7CB82F
	COATED UNCOATED	PANTONE 7491 C 7491 U	CMYK 47/11/92/39	RGB 122/137/51	HEX #7A8933
	COATED UNCOATED	PANTONE 7735 C 7735 U	CMYK 59/0/69/75	RGB 54/85/58	HEX #36553A






KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED UNCOATED	PANTONE 3245 C 3245 U	CMYK 42/0/24/0	RGB 150/205/191	HEX #96CDBF
	COATED UNCOATED	PANTONE 370 C 370 U	CMYK 62/1/100/25	RGB 106/149/41	HEX #6A9529
	COATED UNCOATED	PANTONE 604 C 604 U	CMYK 5/0/94/0	RGB 239/227/42	HEX #EFE32A
	COATED UNCOATED	PANTONE 7761 C 7761 U	CMYK 22/15/86/55	RGB 128/122/57	HEX #807A39
	COATED UNCOATED	PANTONE 611 C 611 U	CMYK 7/1/89/10	RGB 216/204/45	HEX #D8CC
	COATED UNCOATED	PANTONE 606 C 606 U	CMYK 0/6/100/16	RGB 217/190/0	HEX #D9BE00
	COATED UNCOATED	PANTONE 7553 C 7553 U	CMYK 26/46/76/72	RGB 90/74/46	HEX #5A4A2E
	COATED UNCOATED	PANTONE 1235 C 1235 U	CMYK 0/31/98/0	RGB 238/173/26	HEX #EEAD1A







KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

		PANTONE	CMYK	RGB	HEX
	COATED UNCOATED	131 C 131 U	2/39/100/10	208/148/31	#D0941F
	COATED UNCOATED	119 C 119 U	17/22/100/47	147/127/32	#937F20
	COATED UNCOATED	1245 C 1245 U	6/35/99/18	192/143/35	#C08F23
	COATED UNCOATED	7555 C 7555 U	0/28/98/11	219/168/16	#DBA810
	COATED UNCOATED	130 C 130 U	0/32/100/0	237/172/26	#EDAC1A
	COATED UNCOATED	111 C 111 U	8/21/100/28	182/153/32	#B69920
	COATED UNCOATED	1265 C 1265 U	14/36/95/46	144/113/39	#907127
	COATED UNCOATED	132 C 132 U	9/38/100/32	171/127/32	#AB7F20







KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN

	COATED	PANTONE 116 C	CMYK 0/14/100/0	RGB 245/203/8	HEX #F5CB08
	UNCOATED	116 U			
	COATED	PANTONE 110 C	CMYK 2/22/100/8	RGB 219/178/22	HEX #DBB216
	UNCOATED	110 U			
	COATED	PANTONE 145 C	CMYK 4/53/100/8	RGB 208/137/33	HEX #D08921
	UNCOATED	145 U			
	COATED	PANTONE 133 C	CMYK 19/37/100/59	RGB 108/87/27	HEX #6C571B
	UNCOATED	133 U			
	COATED	PANTONE 1225 C	CMYK 0/19/79/0	RGB 242/193/80	HEX #F2C150
	UNCOATED	1225 U			
	COATED	PANTONE 152 C	CMYK 0/66/100/0	RGB 230/133/35	HEX #E68523
	UNCOATED	152 U			
	COATED	PANTONE 718 C	CMYK 0/74/100/8	RGB 209/105/46	HEX #D1692E
	UNCOATED	718 U			

KLEUREN

Secundaire kleuren

Toepassingen secundaire kleuren

Secundaire kleuren gebruiken we enkel voor marketingcommunicatie.

SECUNDAIRE KLEUREN



COATED
UNCOATED

PANTONE
1585 C
1585 U

CMYK
0/61/97/0

RGB
229/132/38

HEX
#E58426



COATED
UNCOATED

PANTONE
137 C
137 U

CMYK
0/41/100/0

RGB
234/161/36

HEX
#EAA124

TYPOGRAFIE

Basislettertype

Museo is de huisletter van provincie Antwerpen. Deze letterfamilie heeft een uitgebreide keuze aan letterstijlen (sans, serif en slab serif), en kan hierdoor voor alle doeleinden gebruikt worden.

Het Museo lettertype kan aangekocht worden bij: www.myfonts.com.

MUSEO LETTERFAMILIE

Museo 100
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@%?!()+-=:;,.

bruikbare gewichten

Museo 100, Museo 300, Museo 500, **Museo 700**, **Museo 900**

Museo Sans 100
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @%?!()+-=:;,.

Museo Sans 100, *Museo Sans 100 italic*, Museo Sans 300, *Museo Sans 300 italic*, Museo Sans 500, *Museo Sans 500 italic*, **Museo Sans 700**, *Museo Sans 700 italic*, **Museo Sans 900**, *Museo Sans 900 italic*

Museo Sans Rounded 100
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @%?!()+-=:;,.

Museo Sans Rounded 100, Museo Sans Rounded 300, Museo Sans Rounded 500, **Museo Sans Rounded 700**, **Museo Sans Rounded 900**, **Museo Sans Rounded 1000**

Museo Slab 100
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @%?!()+-=:;,.

Museo Slab 100, *Museo Slab 100 italic*, Museo Slab 300, *Museo Slab 300 italic*, Museo Slab 500, *Museo Slab 500 italic*, **Museo Slab 700**, *Museo Slab 700 italic*, **Museo Slab 900**, *Museo Slab 900 italic*, **Museo Slab 1000**, *Museo Slab 1000 italic*

TYPOGRAFIE

Typografie in Office-toepassingen

In digitale toepassingen gebruiken we voornamelijk Georgia en Verdana. Deze staan standaard op elke computer.

LETTERTYPES DIGITAAL GEBRUIK

Georgia Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 x@%?!()+-=:;,.

Georgia Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 x@%?!()+-=:;,.

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 x@%?!()+-=:;,.

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 x@%?!()+-=:;,.

GRAFISCH GRID

Opbouw en logica

Basisgrid

We hernemen het lijnenspel uit het logo als basis voor een grafisch grid. Zo refereert heel onze visuele identiteit altijd aan de opbouw van het logo.

Het grid heeft een dubbele functie. Het laat niet alleen een grote flexibiliteit en diversiteit aan lay-outs toe, maar zorgt tegelijkertijd voor een grote herkenbaarheid.

BASISGRID



Vertretpunt = lijnen van het logo

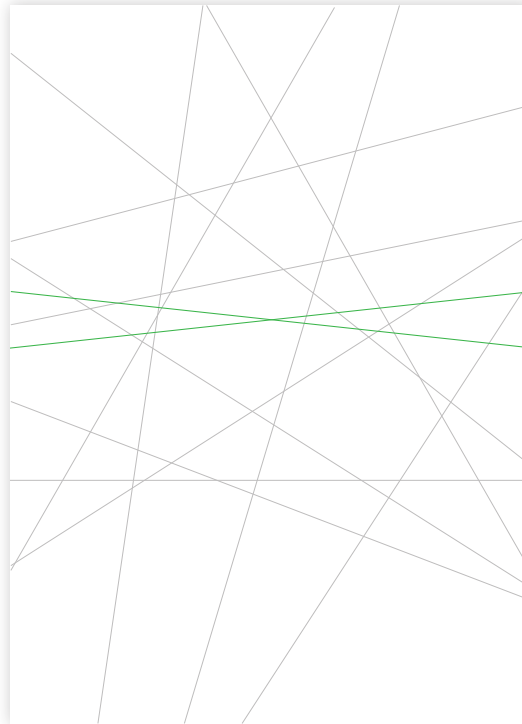
GRAFISCH GRID

Opbouw en logica

Extra lijnen

Aan de lijnen van het logo voegen we een aantal extra lijnen toe om diverse types lay-outs te maken. Deze zorgen ervoor dat er eenduidige zones voor logosignatuur ontstaan, al dan niet in combinatie met sponsorzones.

TOEVOEGING EXTRA LIJNEN



toevoeging van **maximaal** 1 of 2 horizontale lijnen, deze kunnen afzonderlijk naar boven of onder verschoven worden



we plaatsen de lijn in een hoek van 6° en/of -6° t.o.v een loodrechte **horizontale** lijn.



roteren van lijnen is niet toegestaan



toevoeging van **maximaal** 1 of 2 verticale lijnen, deze kunnen afzonderlijk naar links of rechts verschoven worden



we plaatsen de lijn in een hoek van 12° en/of -12° t.o.v een loodrechte **verticale** lijn.

GRAFISCH GRID

Minimaal gebruik

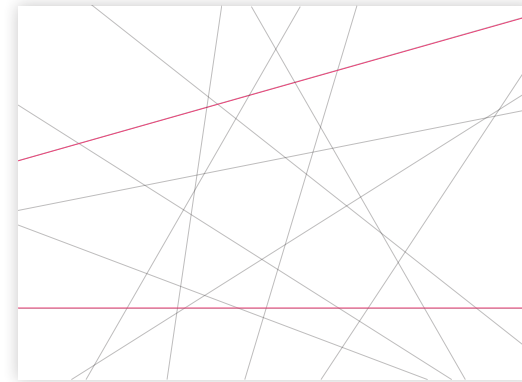
Om de eigenheid en stijl van de provincie Antwerpen te bewaren, maken we gebruik van minimaal 2 lijnen uit het basisgrid of de extra lijnen beschreven op de vorige bladzijde.

Dit zorgt voor steeds hetzelfde visueel gevoel in alle communicatie van de provincie Antwerpen en zo ook voor een herkenbaar beeld.

MINIMAAL GEBRUIK



Staannd grid A4



Liggend grid A4

GRAFISCH GRID

Logo en descriptor

Het logo en de optionele descriptor plaatsen we altijd op een witte achtergrond, ofwel in hetzelfde vlak, ofwel in een apart vlak.

LOGO EN DESCRIPTOR



Zowel logo als descriptor moeten steeds op een witte achtergrond gebruikt worden.

GRAFISCH GRID

Invulling grid

Kleur

Vlakken in het grid vullen we in met primaire kleuren, secundaire kleuren en grijswaarden.

Er kan gespeeld worden met kleurgradaties en -transparantie.

INVULLING GRID



Invulling vlakken met kleur



Voorbeeld gebruik transparantie

GRAFISCH GRID

Invulling grid

Fotografie

Vlakken in het grid kunnen ingevuld worden met één of meerdere foto's.

INVULLING GRID



Eenvoudige invulling vlak met foto



Abstracte invulling vlak met foto

GRAFISCH GRID

Invulling grid

Typografie

Buiten het vast gebruik van het font en zijn gewichten zijn er binnen de typografie geen restricties. We kunnen de vlakken vrij invullen met typografie.

INVULLING GRID



Eenvoudige typografische invulling



Abstracte typografische invulling

GRAFISCH GRID

Basisformaten

Als basis gebruiken we het grid op A5 formaat, zowel staand als liggend. Dat grid kan je proportioneel schalen naar formaten groter dan A5.

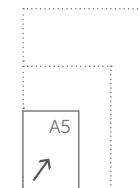
BASISFORMAAT



Staand grid A5



Liggend grid A5



Bij het schalen gebruiken we als basis het grid op A5 formaat. Schalen gebeurt steeds in gelijke x en y verhouding gaande van A5 tot A1 of groter.

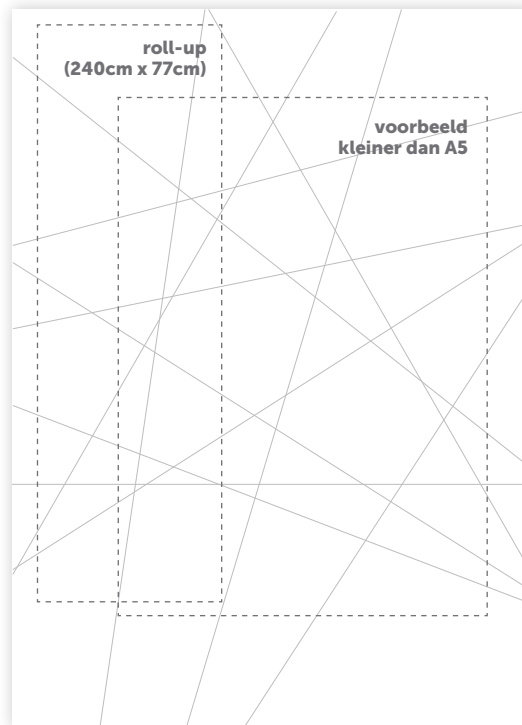
GRAFISCH GRID

Afwijkende formaten

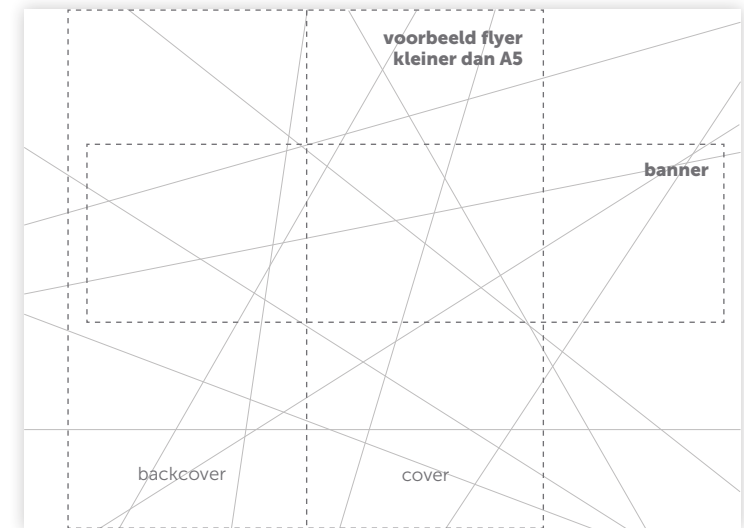
Bij formaten die afwijken van de verhoudingen volgens de A-standaard of formaten kleiner dan A5 kunnen we een bepaalde uitsnede van het grid kiezen als basis.

Het basisgrid dat we hiervoor gebruiken is het grid op A5 formaat, zoals eerder omschreven. Dat grid mag enkel vergroot worden en nooit verkleind naar een kleiner formaat dan A5.

AFWIJKENDE FORMATEN



Staand grid A5



Liggend grid A5

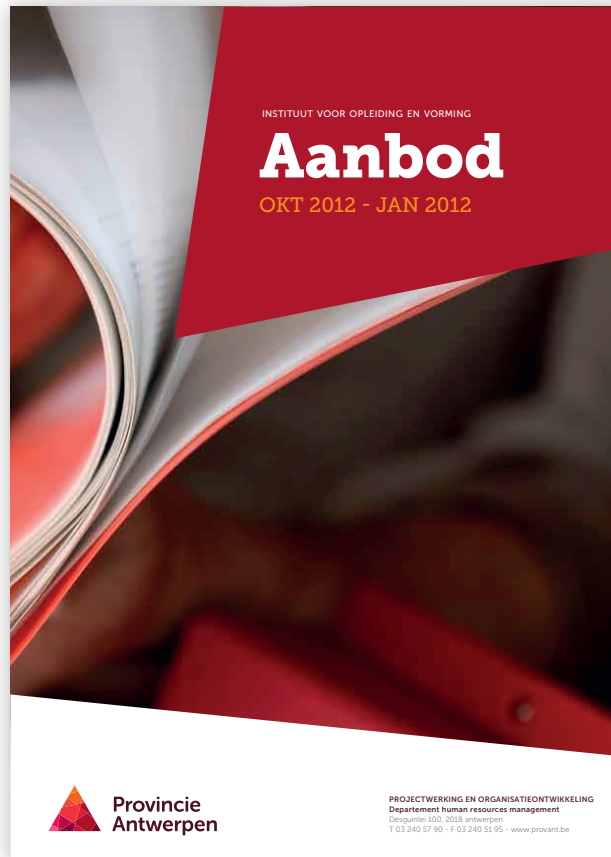


Binnen het grid kan er vrij een zone gekozen worden voor een opmaak

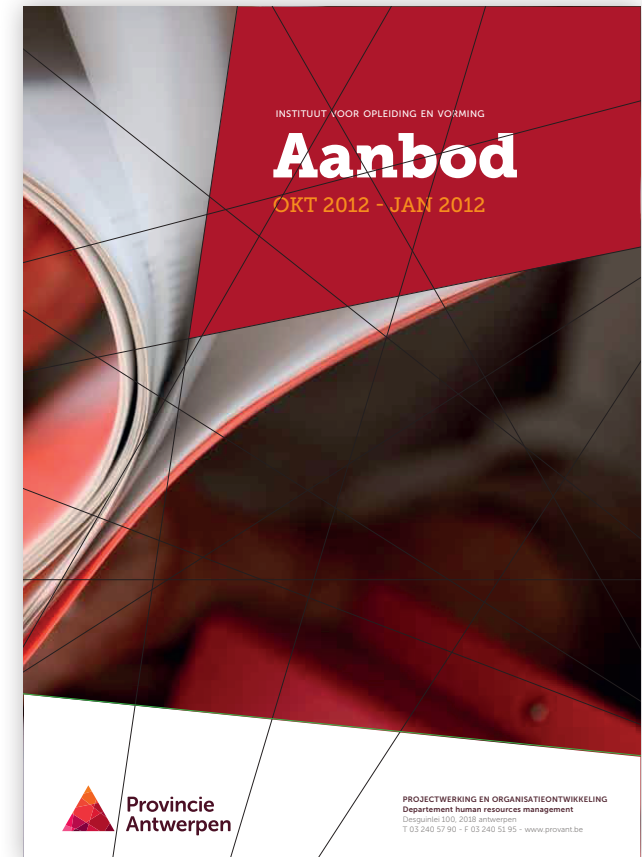
GRAFISCH GRID

Op deze en volgende pagina's geven we een aantal voorbeelden om het gebruik van het grid te verduidelijken.

VOORBEELDEN

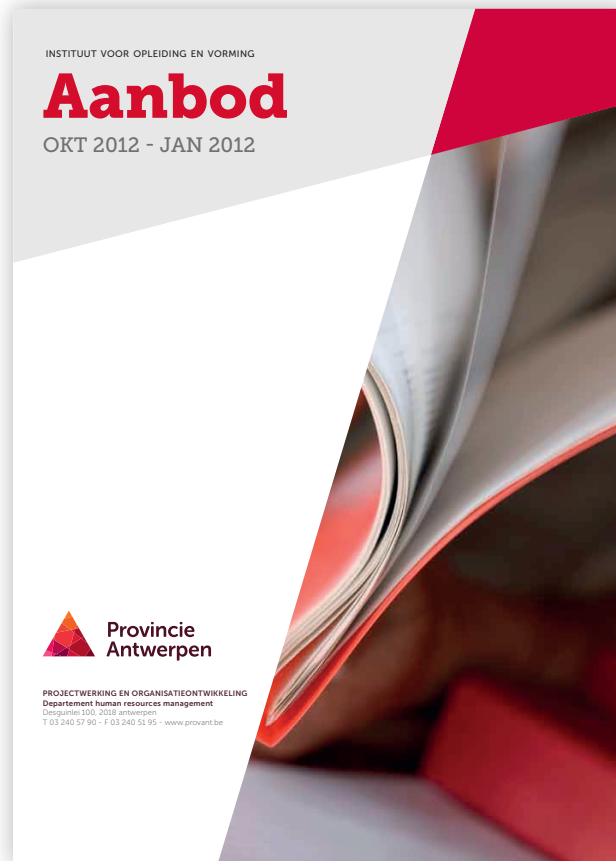


Eenvoudig gebruik grid



GRAFISCH GRID

VOORBEELDEN

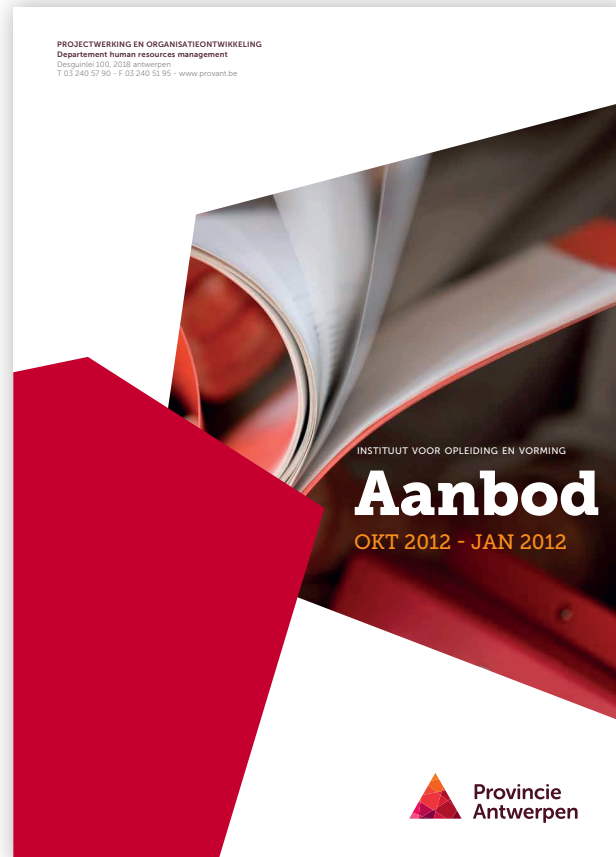


Eenvoudig gebruik grid

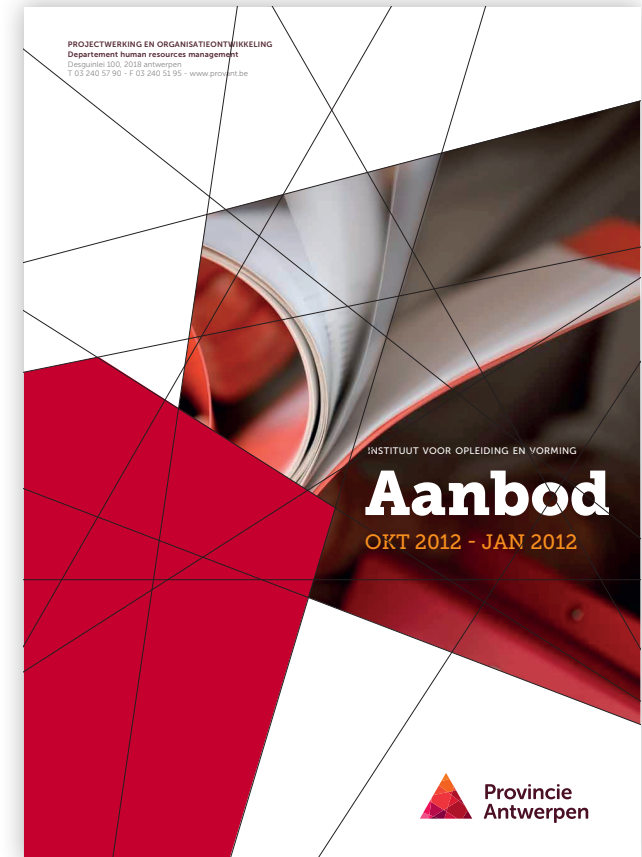


GRAFISCH GRID

VOORBEELDEN



Complex gebruik grid



GRAFISCH GRID

VOORBEELDEN



Complex gebruik grid

GRAFISCH GRID

VOORBEELDEN



Complex gebruik grid



GRAFISCH GRID

VOORBEELDEN



Complex gebruik grid

BEELDTAAL

De fotografie in de toepassingen van provincie Antwerpen is bijzonder divers. Daarom zijn er slechts beperkte richtlijnen, die enkel betrekking hebben op sfeerfotografie.

De criteria die we hanteren worden hieronder omschreven en in het mood-board hiernaast visueel weergegeven.

- Open en positief karakter.
- Kleurbeelden waar mogelijk.
- Beelden met beweging: we brengen levendige, actieve mensen in beeld.
- De fotografie staat dicht bij de mensen/bewoners.
- Wij kiezen voor spontane en directe fotografie.

FOTOGRAFIE

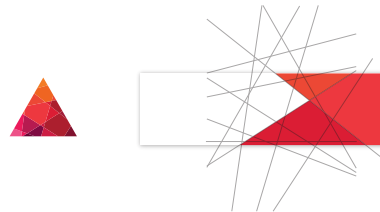


SIGNALISATIE & ICONOGRAFIE

Uitgangspunt

Als ondergrond voor de signalisatie gebruiken we het grid. Hiermee kan een vorm gemaakt worden die we binnen de signalistiek kunnen gebruiken (bv een pijl). De icoonstijl stemmen we af op het lettertype van het logo. We maken dus gebruik van afgeronde hoeken en lijnen. De icoonstijl zelf houden we bewust zeer eenvoudig en functioneel.

SIGNALISATIE & ICONOGRAFIE

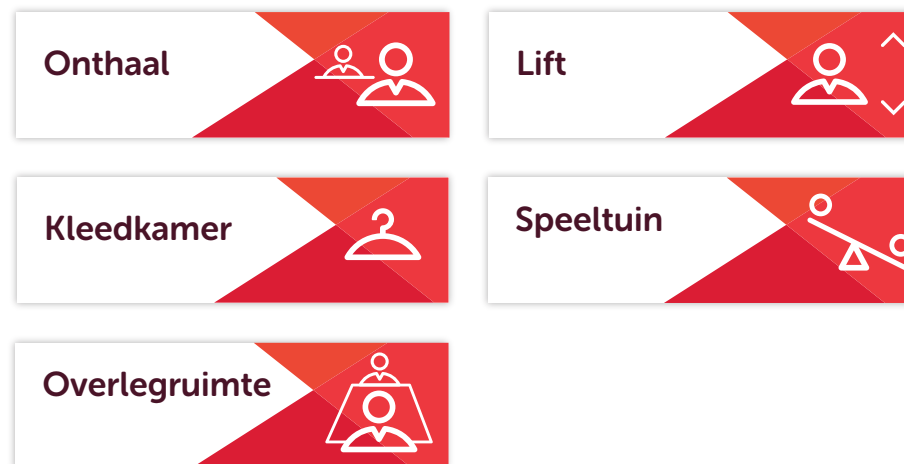


Pijlvorm op basis van het grid

Provincie
Antwerpen



Icoonstijl die aansluit bij het lettertype



Voorbeelden

TAALGEBRUIK

Richtlijnen voor taalgebruik in teksten voor de provincie Antwerpen.

Een persoonlijkheid uit zich in daden, maar natuurlijk ook in woorden. De taal die je spreekt, verraad je karakter en onthult de waarden die je aanhangt. Niet alleen door de inhoud maar ook door de stijl. Daarom willen we enkele richtlijnen meegeven die zullen helpen om de nieuwe merkpersoonlijkheid en merkidentiteit van provincie Antwerpen consequent door te trekken in alle geschreven communicatie. Dat uit zich in een stijl die je 'geen stijl' zou kunnen noemen: het blijft geschreven taal, maar ze ligt dicht bij spreektaal. Zij probeert vooral niet op te vallen door opzichtige stijlfiguren als lange, meanderende zinnen of het gebruik van dure woorden. De focus ligt altijd bij de klant en niet bij ons, de provincie Antwerpen. We willen verbindend en nabij zijn en dat vertaalt zich in een heldere, vertrouwelijke toon: eenvoudig, direct en relevant.

Maar laten we vooral even concreet bekijken, wat dat betekent.

TAALGEBRUIK

1. Vertrouwelijk en nabij: spreek je toehoorder direct aan.

De klant staat centraal. Zeg 'je' waar het kan, het formelere 'u' waar het moet. In online toepassingen, interne communicatie en informatief drukwerk waar we de lezer vooral willen helpen met concrete info, spreek je de lezer aan met het vertrouwelijke 'je'. Als de communicatie formeler is, gebruik je 'u'; voor officiële uitnodigingen en persteksten bijvoorbeeld.

Maar ook bij een direct aangesproken 'u' gebruik je consequent de 2de persoonsvormen 'kunt', 'wilt' en 'hebt' en niet de 3de persoonsvormen 'kan', 'wil' en 'heeft'. Ook bij 'je' zeg je best 'wilt' en 'kunt'. 'Wil' en 'kan' is niet fout, maar we verkiezen de 2de persoon en gaan de persoonsvormen niet door elkaar halen.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

'Heeft u een probleem?' Dit is formeel en afstandelijk.

Schrijf wel:

'Hebt u een probleem?' Dit is persoonlijk en direct.

2. Dynamisch, bezielend en proactief: schrijf actief.

Als beide kunnen gebruik je altijd het actieve werkwoord in plaats van het passieve. Hoe meer passieve zinnen je schrijft, hoe onpersoonlijker je tekst wordt en hoe omslachtiger je formulering. Met een actieve schrijfstijl wordt je tekst heel wat dynamischer en directer.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

Het besluit wordt voorbereid door de Stafdienst.

Schrijf wel:

De Stafdienst bereidt het besluit voor.

TAALGEBRUIK

Richtlijnen voor taalgebruik in teksten voor de provincie Antwerpen.

TAALGEBRUIK

3. Duidelijk en direct: vermijd lange zinnen.

We proberen in onze taal de spreektaal te benaderen. En lange zinnen zijn nu net een typisch schrijftaalverschijnsel.

Probeer dus niet al je informatie in één lange zin te stoppen. Of plaag je lezers niet met zinnen die onderbroken worden door aanvullende informatie. Dat is verwarrend. Wanneer je lezers je zin meer dan één keer moeten lezen, dan schiet je je doel voorbij. Splits je zin dan op in kortere zinnen, verplaats bepaalde zinsdelen of herformuleer.

Vermijd dus te veel bijzinnen en gedachtestreepjes. Oké voor een schrijver, maar niet voor ons. Let op voor zogenaamde 'tangconstructies'. Dat zijn woorden die grammaticaal bij elkaar horen, maar van elkaar gescheiden worden door andere woorden. Wanneer dat er teveel zijn, wordt je zin onbegrijpelijk. En help je lezer met leestekens. Zet altijd een komma tussen twee vervoegde werkwoorden, maar gebruik ze ook waar je gevoel zegt dat er een kleine pauze hoort.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

We zoeken minstens 50 respondenten die volgende week onze enquête van 10 minuten over het intranetgebruik en hoe we dat nog kunnen stimuleren willen invullen.

Schrijf wel:

We zoeken minstens 50 respondenten die hun oordeel willen geven over het intranetgebruik en hoe we dat nog kunnen stimuleren. Zij vullen volgende week een enquête in die ongeveer 10 minuten in beslag neemt.

Schrijf zoals je praat. Zeg meteen waar het over gaat en gebruik geen lange, geforceerde constructie met een 'clou' op het einde. Zet de kern van je boodschap dus vooraan in je zin. Een lange aanloop zorgt ervoor dat de aandacht van je lezer al verslapt is voor hij aan de essentie toekomt.

TAALGEBRUIK

Richtlijnen voor taalgebruik in teksten voor de provincie Antwerpen.

TAALGEBRUIK

4. Helder en beknopt: geen opeenstapeling van voorzetsels.

Maak geen voorzetselketens. Dat is een opeenvolging van zinsdelen die telkens met een voorzetsel beginnen. Het maakt je zin ingewikkeld en onduidelijk. Probeer te herformuleren door je informatie in verschillende zinnen te gieten.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

Met het oog op de verbetering van de fietsinfrastructuur in de provincie Antwerpen wil de deputatie nog enkele ondersteuningsaanvragen van gemeenten voor de uitbouw van utilitaire routes goedkeuren.

Schrijf wel:

De deputatie wil nog enkele ondersteuningsaanvragen van gemeenten goedkeuren. Die gaan om de uitbouw van utilitaire routes. Daarmee wil de deputatie de fietsinfrastructuur in de provincie verbeteren.

5. Bezielend en bekwaam: vermijd omslachtigheid en verouderde uitdrukkingen.

Formuleer je zinnen kort en krachtig. Omslachtige woordcombinaties maken je tekst onnodig zwaar en afstandelijk. Deze woordcombinaties zijn vaak verouderde uitdrukkingen en maken je tekst ronduit oubollig.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

Ten behoeve van de bezoekers werden er extra loketten geopend, niettegenstaande het feit dat er nog geen klachten waren aangaande de wachttijden.

Schrijf wel:

Voor de bezoekers werden er extra loketten geopend, hoewel er nog geen klachten waren over de wachttijden.

TAALGEBRUIK

Richtlijnen voor taalgebruik in teksten voor de provincie Antwerpen.

TAALGEBRUIK

6. Dynamisch en proactief: gebruik verbogen werkwoorden in plaats van infinitieven als zelfstandig naamwoord.

Schrijf zoveel mogelijk in werkwoordelijke stijl: dat is directer en leest veel vlotter. Maak van je werkwoorden geen naamwoorden door er 'het' voor te zetten of door de achtervoegsels '-ing' of '-atie' te gebruiken. Fout is dat niet, maar het komt snel stroef en omslachtig over.

BIJVOORBEELD:

Schrijf niet:

Het schoonmaken van de straten zal plaats vinden onmiddellijk na het beëindigen van het evenement.

Schrijf wel:

Na het evenement zullen wij de straten onmiddellijk schoonmaken.

7. Deskundig en duidelijk: blij consequent in je opsommingen.

Maak er geen soepje van en wees consequent in je opsommingen. Gebruik voor elk element in je opsomming een gelijkaardige, duidelijke structuur: ofwel zinnen, ofwel zinsdelen, ofwel woorden. Bestaat je opsomming uit volledige zinnen, dan begint elk onderdeel van je opsomming met een hoofdletter. Op het einde plaats je een punt.

BIJVOORBEELD:

Je hebt de volgende opties:

- Je herschrijft je tekst.
- Je besteedt de opdracht uit.
- Je vraagt een collega om een handje te helpen.

In opsommingen met zinsdelen of woorden gebruik je een kleine letter vooraan. Op het einde volgt geen leesteken.

BIJVOORBEELD:

Volgende woorden worden dikwijls verkeerd gespeld:

- accommodatie
- pakketten
- arrondissementscommissaris

TAALGEBRUIK

Richtlijnen voor taalgebruik in teksten voor de provincie Antwerpen.

TAALGEBRUIK

8. Verantwoordelijk en integer: taalregisters

Expressief taalgebruik kan je tekst verlevendigen, maar moet passen binnen de context, de doelgroep en het doel van je communicatie. Uitdrukkingen zijn soms trendgevoelig, waardoor ze snel als clichés worden aanzien. Wanneer je woordspelingen en beeldspraak gebruikt om je boodschap te ondersteunen, houd het dan zo eenvoudig mogelijk om geen verwarring te veroorzaken.

En wees voorzichtig wanneer je humor gebruikt. Vooral in e-mails heb je weinig controle over wat er achteraf met je tekst gebeurt. Zeker met ironie kom je op glad ijs omdat ironie niet altijd herkend wordt. Het kan dus verwarrend werken en is allesbehalve helder en direct. Vermeng ten slotte geen verschillende stijlniveaus. In een formele context passen bijvoorbeeld geen informele uitdrukkingen uit de 'jongerentaal'. Dat is rommelig en onprofessioneel.

MATERIAALKEUZE

Kleurrijk merk

Wij zijn een kleurrijk, modern, eigentijds en open merk, Om het juiste gevoel te bewaren in de verschillende uitingen is het belangrijk om de juiste materiaalkeuze te maken. Het is belangrijk om steeds te starten vanaf een kwalitatief wit canvas. Een kwalitatieve witte ondergrond zorgt ervoor dat de kleuren van onze huisstijl het best tot hun recht komen.

MATERIAALKEUZE

Voor het beste resultaat, kiezen we materialen die:

- **Helder wit**

Een helder wit geeft aan onze huisstijlkleuren een perfecte basis om optimaal tot hun recht te komen. Kies daarom bijvoorbeeld voor een hoogwit gerecycleerd papier, als referentie gebruiken we Munken Polar.

- **Goede kwaliteit**

Vooral bij gebruik van witte materialen is een gevoel van hoge kwaliteit van belang. Dat ondersteunt de indruk van degelijkheid en betrouwbaarheid.

TOEPASSINGEN

The background features a white upper section and a lower section composed of overlapping red geometric shapes. A large red triangle points upwards from the bottom left, and another large red triangle points downwards from the top right. These two triangles overlap in the center, creating a darker red diamond shape. The text 'TOEPASSINGEN' is centered in the white area.

ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Elementen

In deze categorie gebruiken we alle elementen van de huisstijl.

Toepassingen:

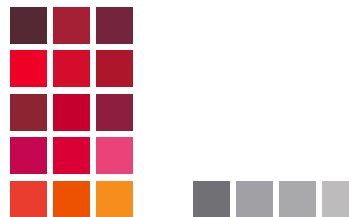
- Correspondentieset (briefhoofd, naamkaartjes, e-mailsign...)
- Verzendmateriaal (omslagen, etiketten,...)
- Diversen (mappen,...)
- Formulieren (bestelbonnen, aanvraagformulieren,...)
- Office-sjablonen (word meeting report, ppt...)

Kleurgebruik

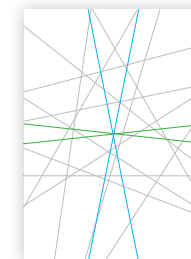
In deze categorie maken we enkel gebruik van de primaire kleuren en de aanvullende grijswaarden.

ELEMENTEN

primaire kleuren en grijswaarden



grid en lijnen



logo en (optionele) descriptor



PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

voorbeeld



ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Naamkaartje 85x55

NAAMKAARTJE

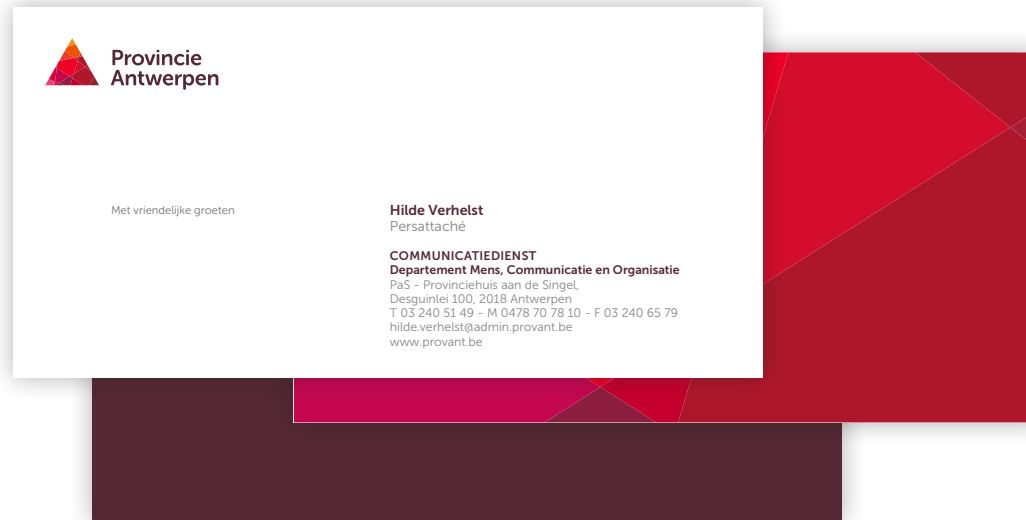


marge op basis van het logo
logo hoogte = 10mm

ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Groetenkaart

GROETENKAART



marge op basis van het logo
logo hoogte = 10mm

ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Briefpapier en volgblad

BRIEFPAPIER EN VOLGBLAD

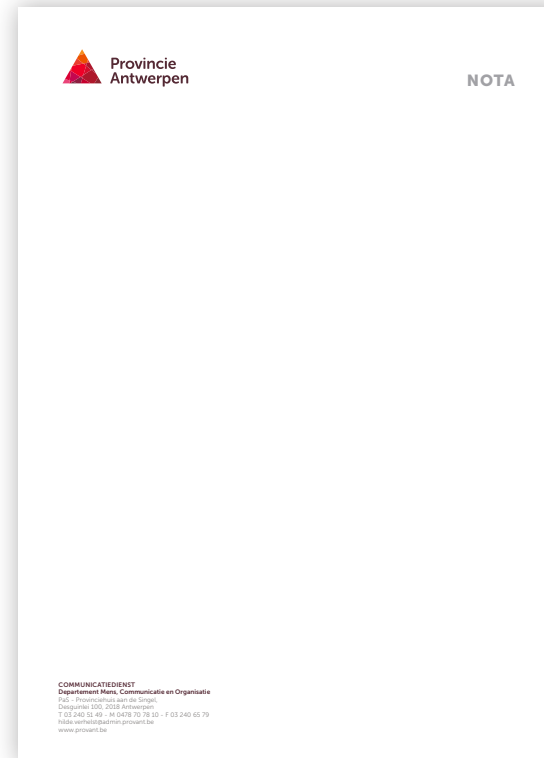


marge op basis van het logo
logo hoogte = 10mm

ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Nota

NOTA



ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Omslag

OMSLAG



ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Rapportomslag

RAPPORTOMSLAG



MARKETINGCOMMUNICATIE

Elementen

In deze categorie maken gebruik van alle elementen van de huisstijl.

Toepassingen:

- Externe communicatie (advertenties, posters, websites...)
- Interne communicatie (magazine, e-newsletter...)
- Promotieartikelen (beursstand, relatiegeschenken,...)

Kleurgebruik

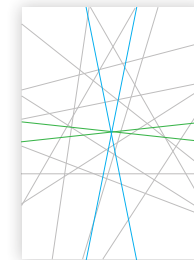
In deze categorie gebruiken we de primaire of de secundaire kleuren en de aanvullende grijswaarden.

ELEMENTEN

primaire of secundaire kleuren + grijswaarden



grid en lijnen



logo en (optionele) descriptor



PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

voorbeeld



MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

ADVERTENTIE



hoorweek
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen
en krijg 20% korting bij aankoop
van op maat gemaakte
gehoorbescherming in één van
de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

 Provincie
Antwerpen

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Droogdijk 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be



hoorweek
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen
en krijg 20% korting bij aankoop
van op maat gemaakte
gehoorbescherming in één van
de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement human resources management
Droogdijk 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

 Provincie
Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

ADVERTENTIE



hoorweek
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen
en krijg 20% korting bij aankoop van op
maat gemaakte gehoorbescherming in één
van de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement human resources management
Desguinlei 100, 2018 antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be



hoorweek
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen
en krijg 20% korting bij aankoop van op
maat gemaakte gehoorbescherming in één
van de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement human resources management
Desguinlei 100, 2018 antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

ADVERTENTIE

HOORWEEK
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen en krijg 20% korting bij aankoop van op maat gemaakte gehoorbescherming in één van de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

 Provincie Antwerpen

HOORWEEK
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen en krijg 20% korting bij aankoop van op maat gemaakte gehoorbescherming in één van de deelnemende hoorcentra.
www.amaimijnoren.be

 Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

ADVERTENTIE



HOORWEEK
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen en krijg 20% korting bij aankoop van op maat gemaakte gehoorbescherming in één van de deelnemende hoorcentra.

www.amaimijnoren.be

 Provincie Antwerpen



HOORWEEK
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen en krijg 20% korting bij aankoop van op maat gemaakte gehoorbescherming in één van de deelnemende hoorcentra.

www.amaimijnoren.be

 Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Personeelsadvertentie

PERSONEELSADVERTENTIE



Communicatie-consultent

Werkgever : Campus Vesta
Plaats : Functie(s) in Ranst
Type : Voltijds, Contractueel en Onbepaald
Startdatum : 1 oktober 2012

Beschrijving : Voor het beheer en de coördinatie van de communicatie gaan we over tot de aanwerving/bevordering van 1 communicatieconsultent, afdeling kwaliteit met een voltijds contract van onbepaalde duur en een proefperiode van één jaar.

Palica; nentill abente con Etruniquid ine cauctam pora nere ad auctum quodis int.

Cupimo mus C. Vivat, neniis dum pat, cae illici perere demquost pritere bemnerei pernius, quam quo meribesta nostatudemum pro eris.issenteta, quam alabem patus

rio, coena, que nendacchus, unumFicae. Nam, sam harumque eum idi dic tempor aut que porum fugiati ommoles cieniis commoditi ut ratiam ipsam sent. Equist, sinim serum secas doles eati odi officat ioritis perum rem quae sequi dolupta temolom quatquatio bera ellaborem quamus, abo. Ma nobitae expliquam aut vellut percitit inctur aut rectorrovid ut qui asperio officabo. Ibus modis autatae voluptae conse acas dipsam, quatur adi omnihil ipis et invenre runtus andist, nimi, ute dus.tur

 Provincie Antwerpen

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 97 90 – F 03 240 93 95 – www.proviant.be



Financieel bediende

Werkgever : Campus Vesta
Plaats : Functie(s) in Ranst
Type : Voltijds, Contractueel en Onbepaald
Startdatum : 1 oktober 2012

Beschrijving : Voor het beheer en de coördinatie van de communicatie gaan we over tot de aanwerving/bevordering van 1 communicatieconsultent, afdeling kwaliteit met een voltijds contract van onbepaalde duur en een proefperiode van één jaar.

Eperovidioreis ipsa dolorum siimoluption natet, explacculpa ipsamet, sequi unt as dolore inum re mus diosparim consequi atinulparia dotenis minihicab inimporis qui nus datus si besarum eius quosam voluptam, cum rehent apic tempel illum landani hiclanitli blam ea dolupti recessit alis aut as aut et remperiaspe raerunt ionseca

rio, coena, que nendacchus, unumFicae. Nam, sam harumque eum idi dic tempor aut que porum fugiati ommoles cieniis commoditi ut ratiam ipsam sent. Equist, sinim serum secas doles eati odi officat ioritis perum rem quae sequi dolupta temolom quatquatio bera ellaborem quamus, abo. Ma nobitae expliquam aut vellut percitit inctur aut rectorrovid ut qui asperio officabo. Ibus modis autatae voluptae conse acas dipsam, quatur adi omnihil ipis et invenre runtus andist, nimi, ute dus.tur

 Provincie Antwerpen

PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 97 90 – F 03 240 93 95 – www.proviant.be

MARKETINGCOMMUNICATIE

Folder: drieluik

FOLDER: DRIELUIK

INSCHRIJFSTROOK

Naam en voornaam:

Postcode en gemeente:

Telefoon:

Functie:

e-mail:

Zal aanwezig zijn op de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Zal volgende werkdag bijwonen:

Menst een vormingsatet
Veromschuldigt zich voor de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Een vafje aankruisen a.ub.


JE KAN JE OOK ALTIJD INSCHRIJVEN VIA DRZ@PROVANT.BE OF FAXEN 03 240 55 79

VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT
Provinciehuis
Koningin Elisabethlei 22
2018 Antwerpen

23.02.2013
VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT
voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden

11.11.11
RECHT MEE TOEGANG

DEPARTEMENT ONDERWIJS, VEILIGHEID EN JEUGD
Dienst Noord-Zuidbeleid
Boomgaardstraat 22 | 2600 Antwerpen
T 03 240 56 53 | F 03 240 55 79 | drnz@provant.be

 Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Folder: drieluik

FOLDER: DRIELUIK

INSCHRIJFSTROOK

Naam en voornaam:
Postcode en gemeente:
Telefoon: e-mail:
Functie:

Zal aanwezig zijn op de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Zal volgende workshop bijwonen:
Wenst een vormingssteek
Verontschuldigt zich voor de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Een vakje aankruisen a.u.b.

JE KAN JE OOK ALTIJD INSCHRIJVEN VIA dnz@provant.be OF FAXEN 03 240 55 79

VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT
11.11.11
VEERT HEEF TEGEN ONRECHT

23.02.2013
VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT
voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden

DEPARTEMENT ONDERWIJS, VEILIGHEID EN JEUGD
Dienst Noord-Zuidbeleid
Boomgaardstraat 22 | 2600 Antwerpen
T 03 240 56 53 | F 03 240 55 79 | dnz@provant.be

Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Folder: drieluik

FOLDER: DRIELUIK

INSCHRIJFSTROOK

Naam en voornaam:
Postcode en gemeente:
Telefoon:
Functie:
e-mail:

Zal aanwezig zijn op de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Zal volgende workshop bijwonen:
Wenst een vormingsattest
Verontschuldigt zich voor de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Een vakje aankruisen a.u.b.

JE KAN JE OOK ALTJD INSCHRIJVEN VIA dnz@provant.be OF FAXEN 03 240 55 79

VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT

Provinciehuis
Koningin Elisabethlei 22
2018 Antwerpen

23.02.2013
VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT
voor schepenen & ambtenaren
bevoegd voor Noord-Zuidbeleid
en GROS-leden

11.11.11
VECHT MET TEGEN ONRECHT

DEPARTEMENT ONDERWIJS, VEILIGHEID EN JEUGD
Dienst Noord-Zuidbeleid
Boomgaardstraat 22 | 2600 Antwerpen
T 03 240 56 53 | F 03 240 55 79 | dnz@provant.be

Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Folder: drieluik

FOLDER: DRIELUIK

23.02.2013
**VORMINGS- EN
UITWISSELINGSMOMENT**
voor schepenen & ambtenaren
bevoegd voor Noord-Zuidbeleid
en GROS-leden

11.11.11
WOORD TEGEN ONRECHT

DEPARTEMENT ONDERWIJS, VEILIGHEID EN JEUGD
Dienst Noord-Zuidbeleid
Boomingaanstraat 22 | 2600 Antwerpen
T 03 240 56 53 | F 03 240 55 79 | dnz@provant.be

**Provincie
Antwerpen**

INSCHRIJFSTROOK

Naam en voornaam:
Postcode en gemeente:
Telefoon: e-mail:
Functie:

Zal aanwezig zijn op de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Zal volgende workshop bijwonen:
Wenst een vormingsattest
Verontschuldigt zich voor de vorming voor schepenen & ambtenaren bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden
Een vakje aankruisen a.u.b.

JE KAN JE OOK ALTUUD INSCHRIJVEN VIA dnz@provant.be OF FAXEN 03 240 55 79

MARKETINGCOMMUNICATIE

Folder: drieluik binnenwerk

FOLDER: DRIELUIK BINNENWERK

VORMINGS- EN UITWISSELINGSMOMENT

voor schepenen & ambtenaren, bevoegd voor Noord-Zuidbeleid en GROS-leden met als thema **Noord-Zuidbeleid gemeenten maken het verschil**.

Het provinciebestuur van Antwerpen en 11.11.11 nodigen u graag uit op zaterdag 23 februari 2013 om 9 uur in het Provinciehuis Koningin Elisabethlei 22, 2018 Antwerpen

Dit vormings- en uitwisselingsmoment is de ideale gelegenheid om, bij de start van de nieuwe legislatuur, als bestuur en middenveld, samen na te denken over de richting die je wilt geven aan het lokaal Noord-Zuidbeleid.

11.11.11
VECHT MIE TOEGERECHT

PROGRAMMA

- **vanaf 9u00:** Onthaal en koffie
- **vanaf 9u30:** Welkomswoord gedeputeerde
- Hoe *Fair Trade* en een *duurzaam aankoopbeleid* een plek geven in de gemeente, door FairTradeGemeente.
- **Pauze**
- **Workshops:**
U kiest zelf welke workshop u wilt bijwonen:
 - > *Het ABC van het lokaal Noord-Zuidbeleid:* basiscursus voor nieuwkomers door 11.11.11 en provincie Antwerpen.
 - > *De nieuwe beleids- en beheerscyclus en het nieuwe impulsbeleid* door 'VVSG team internationaal' en 'De Wakkere Burger'.
 - > *Lokaal subsidiebeleid* door het 4de pijlersteunpunt, provincie Antwerpen en 11.11.11.
- Eerlijke lunch en beurs
- Uitwisselingsmoment
- **14u00:** Afsluiting

te Francken

PROVINCIEBESTUUR VAN ANTWERPEN
t.a.v. Lisbeth Andries
DNZ - Dienst Noord-Zuidbeleid
Boomgaardstraat 22
2600 Antwerpen

Provincie
Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Leaflet

LEAFLET



MARKETINGCOMMUNICATIE

Leaflet

LEAFLET

A leaflet for a hearing week event. The design is split diagonally. The top-left portion is a teal triangle containing white text. The bottom-right portion is a photograph of a man with a beard, eyes closed, and hands covering his ears, suggesting hearing loss or discomfort. The text in the teal area reads: 'hoorweek' in large bold letters, 'van 20 tot 27 juni 2012' below it, a paragraph of promotional text, and the website 'www.amaimijnoren.be'. The bottom-left corner features the logo of Provincie Antwerpen, which consists of a stylized triangle made of smaller triangles in red, orange, and yellow, followed by the text 'Provincie Antwerpen'.

MARKETINGCOMMUNICATIE

Leaflet

LEAFLET



hoorweek
van 20 tot 27 juni 2012

Laat je gehoor gratis testen en krijg 20% korting bij aankoop van op maat gemaakte gehoorbescherming in één van de deelnemende hoorcentra.

www.amaimijnoren.be

 Provincie Antwerpen

MARKETINGCOMMUNICATIE

Leaflet

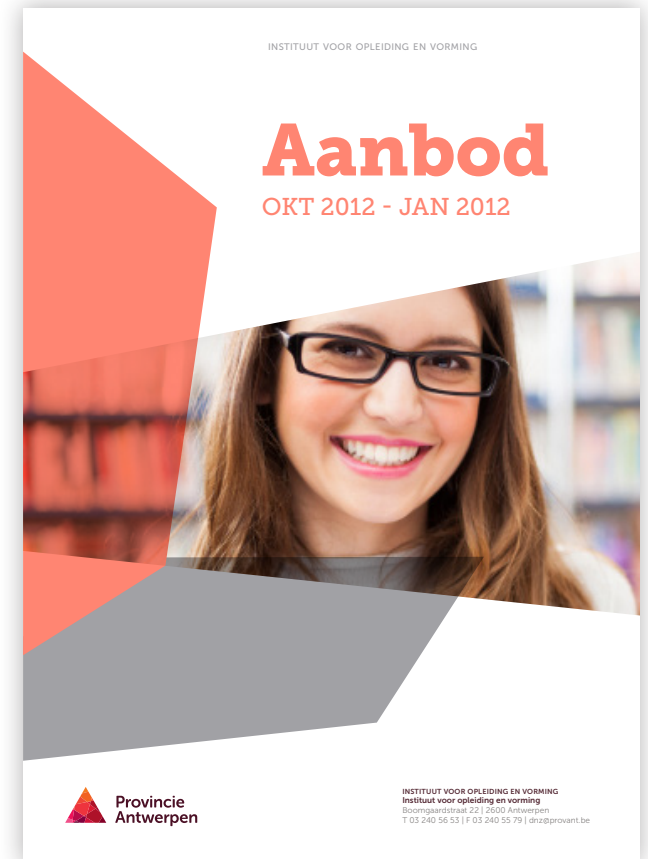
LEAFLET



MARKETINGCOMMUNICATIE

Affiche

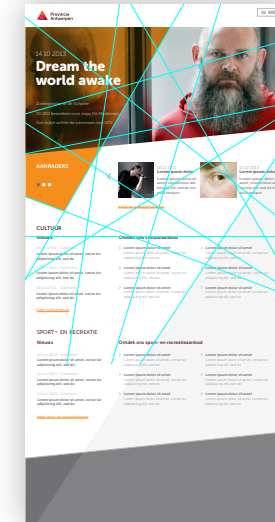
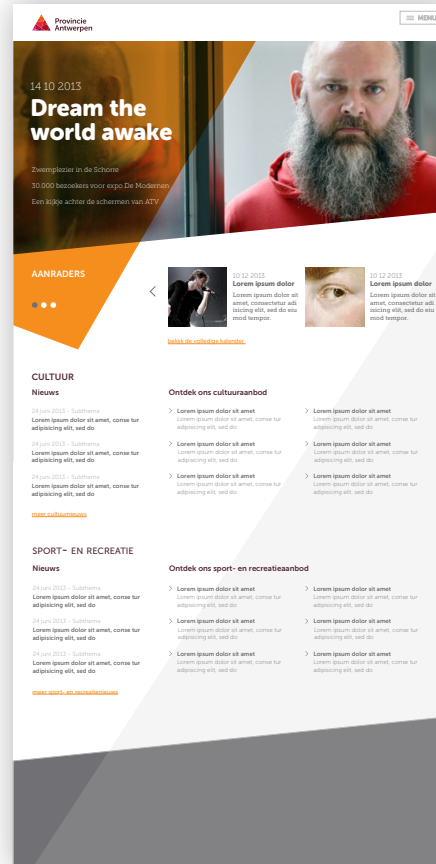
AFFICHE



MARKETINGCOMMUNICATIE

Website

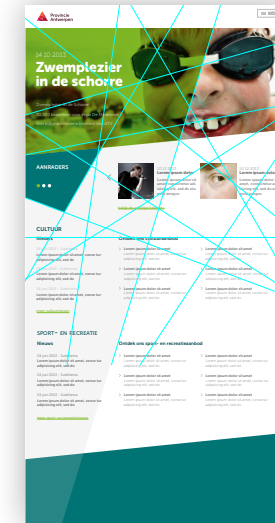
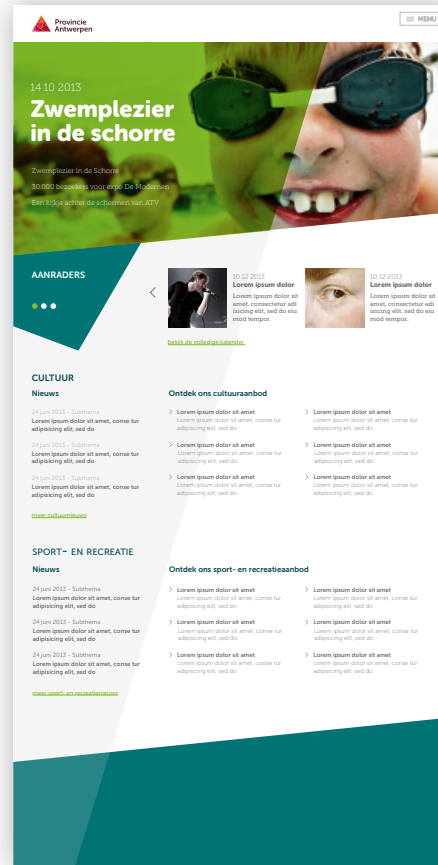
WEBSITE



MARKETINGCOMMUNICATIE

Website (indicatief)

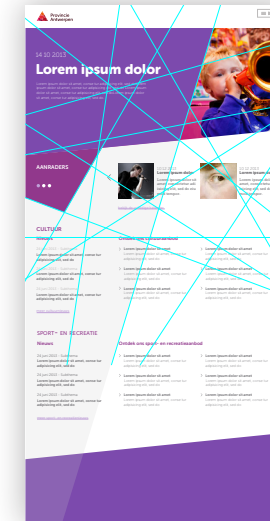
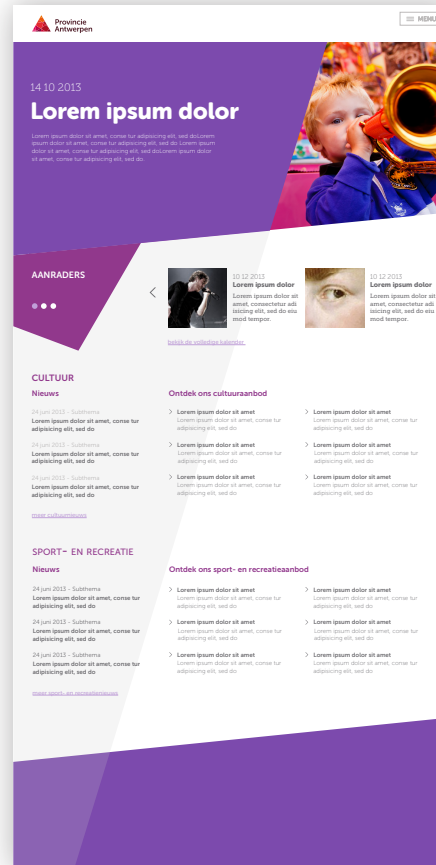
WEBSITE



MARKETINGCOMMUNICATIE

Website (indicatief)

WEBSITE



MARKETINGCOMMUNICATIE

Pen / Paraplu

PEN / PARAPLU



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

Elementen

In deze categorie gebruiken we alle elementen van de huisstijl.

Toepassingen:

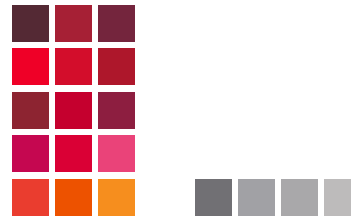
- Personenauto's
- Bestelwagens
- Fietsen
- Bedrijfskledij
- Sportkledij

Kleurgebruik

In deze categorie gebruiken we enkel de primaire kleuren en de aanvullende grijswaarden.

ELEMENTEN

primaire kleuren en grijswaarden



grid



logo en (optionele) descriptor



PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

voorbeeld



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

Fleet

FLEET



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

fietstas

FIETSTAS



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



GEBOUWEN EN TERREINEN

Logo

In deze categorie gebruiken we alle elementen van de huisstijl.

Toepassingen:

- Signalisatie binnen (infoborden,...)
- Signalisatie buiten (gevelbelettering, totems,..)

Kleurgebruik

In deze categorie gebruiken we de primaire kleuren en de aanvullende grijswaarden.

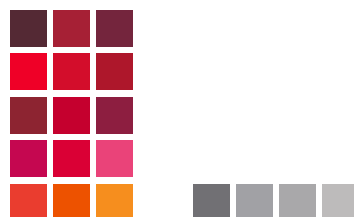
Uitzondering

Binnen deze categorie maken we een uitzondering voor de vlaggen. Hier mogen secundaire kleuren gebruikt worden.

Bij voorkeur in combinatie met een vlag van de provincie Antwerpen.

ELEMENTEN

primaire kleuren en grijswaarden



grid



logo en (optionele) descriptor



PROJECTWERKING EN ORGANISATIEONTWIKKELING
Departement Mens, Communicatie en Organisatie
Desguinlei 100, 2018 Antwerpen
T 03 240 57 90 - F 03 240 51 95 - www.provant.be

voorbeeld



GEBOUWEN EN TERREINEN

Zuil

ZUIL



GEBOUWEN EN TERREINEN

Vlaggen

VLAGGEN



Vlaggen provincie Antwerpen

GEBOUWEN EN TERREINEN

Dienstvlaggen

Om de eigenheid van een dienst te accentueren, mogen secundaire kleuren gebruikt worden.

Als grafisch element passen we hier een deel van het grid toe.

Bij voorkeur wordt dit steeds gedaan in combinatie met een vlag van de provincie Antwerpen.

VLAGGEN



Dienst en provincie Antwerpen in combinatie op 2 vlaggen

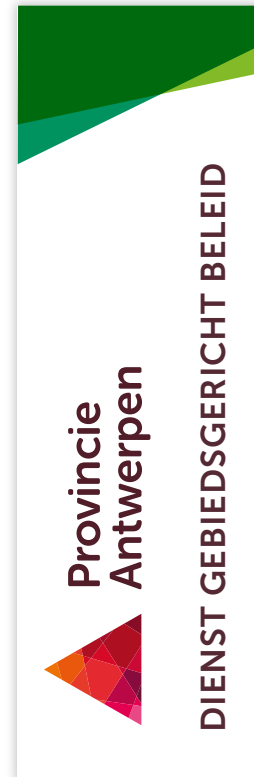
GEBOUWEN EN TERREINEN

Dienstvlaggen

Wanneer een combinatie met een aparte provincie Antwerpen-vlag niet mogelijk is, kunnen beide bij wijze van uitzondering elementen op 1 vlag komen.

Als grafisch element passen we hier een deel van het grid toe.

VLAGGEN



Dienst en provincie Antwerpen op 1 vlag

GEBOUWEN EN TERREINEN

Infoborden

Hof van Leysen

Open 6u30 - 22u30



Uitgezonderd fietsen- en e-bikevoertuigen

PARKREGLEMENT

Het park is toegankelijk van **6u30 tot en met 22u30**

- Honden aan de leiband
- Respecteer de verbodsborden in het domein
- Draag zorg voor planten en dieren
- Maak geen vuil
- Zwemmen is niet toegestaan
- Alcohol wordt niet in de winkel
- Publiek mag enkel met toestemming van de parkdirectie

Volledig parkreglement is te vragen bij de domeinwachters

Tegen overtreder(z)en mogelijk gerechtelijke stappen ondernemen worden

Parkdirectie 03 360 52 00
Domeinwachters 03 360 52 17



Provincie Antwerpen

Rivierenhof

Open 6u30 - 22u30



Uitgezonderd fietsen- en e-bikevoertuigen

PARKREGLEMENT

Het park is toegankelijk van **6u30 tot en met 22u30**

- Honden aan de leiband
- Respecteer de verbodsborden in het domein
- Draag zorg voor planten en dieren
- Maak geen vuil
- Zwemmen is niet toegestaan
- Alcohol wordt niet in de winkel
- Publiek mag enkel met toestemming van de parkdirectie

Volledig parkreglement is te vragen bij de domeinwachters

Tegen overtreder(z)en mogelijk gerechtelijke stappen ondernemen worden

Parkdirectie 03 360 52 00
Domeinwachters 03 360 52 17



Provincie Antwerpen



03

HUISSTIJL
SUBMERKEN

03. HUISSTIJL SUBMERKEN

LOGO

Gebruik

Submerken moeten op alle communicatie het logo van provincie Antwerpen vermelden, bij voorkeur het full-colour logo.

Dit gebeurt op basis van het full-colour logo van provincie Antwerpen.

Enkel wanneer de toepassing van het submerk in één kleur of zwart-wit is, mag het submerk een andere versie van het logo van provincie Antwerpen gebruiken.

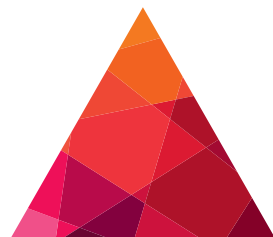
Lees meer over het logo

Meer informatie over het logo kun je lezen in het hoofdstuk 'Bouwstenen - Logo' vooraan in dit handboek.

Grootte van het logo

De minimale grootte van het logo van provincie Antwerpen is bepaald voor de meest courante (A-)formaten. Meer hierover in de rubriek 'Minimale grootte op A-formaten' in het hoofdstuk 'Bouwstenen - Logo' vooraan in dit handboek.

LOGOVERSIES



voorkeurs versie
kleur

Provincie Antwerpen



2de versie
één kleur
(pms 200)

Provincie Antwerpen



3de versie
zwart / wit

Provincie Antwerpen



Provincie Antwerpen

TOEPASSINGEN

The background features abstract geometric shapes in two shades of red. A large, dark red triangle points upwards from the bottom right towards the center. A lighter red triangle points downwards from the top left towards the center. These two triangles overlap in the middle, creating a darker red diamond shape. The remaining space is white.

ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Elementen

In deze categorie voegen we als submerken enkel het logo van provincie Antwerpen toe aan de bestaande elementen in onze toepassing / huisstijl.

Uiteraard moeten hierbij de regels over het gebruik van het logo gerespecteerd worden: met name de beschermzone, het gebruik op witte achtergrond en andere elementen zoals beschreven in de huisstijlgids van provincie Antwerpen, hoofdstuk 'Bouwstenen - Logo'.

Toepassingen:

- Correspondentieset (briefhoofd, naamkaartjes, e-mailsignatuur...)
- Verzendmateriaal (omslagen, etiketten,...)
- Diversen (mappen,...)
- Formulieren (bestelbonnen, aanvraagformulieren,...)
- Office-sjablonen (word meeting report, ppt...)

ELEMENTEN

Logo



Voorbeeld



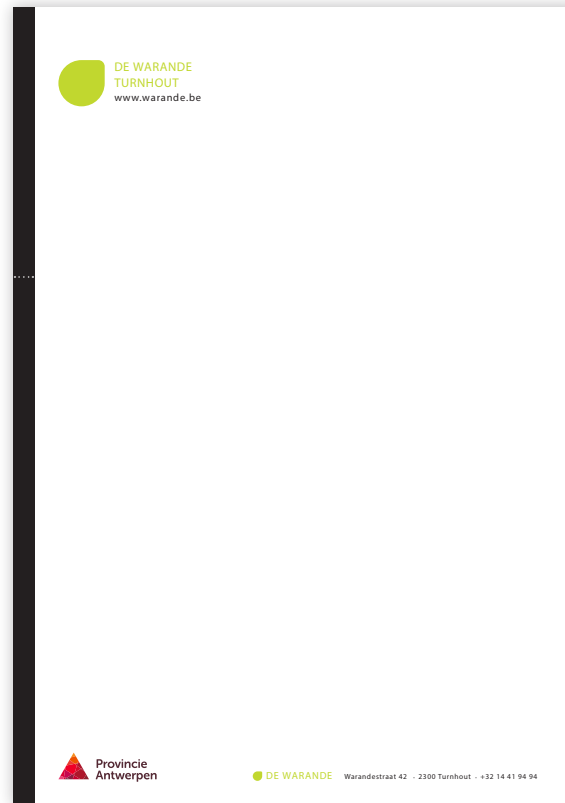
ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Correspondentieset

Binnen een bestaande huisstijl integreren we het logo van provincie Antwerpen.

Deze voorbeelden zijn louter indicatief.

CORRESPONDENTIESET



briefhoofd



Dubbelzijdig naamkaartje



Enkelzijdig naamkaartje

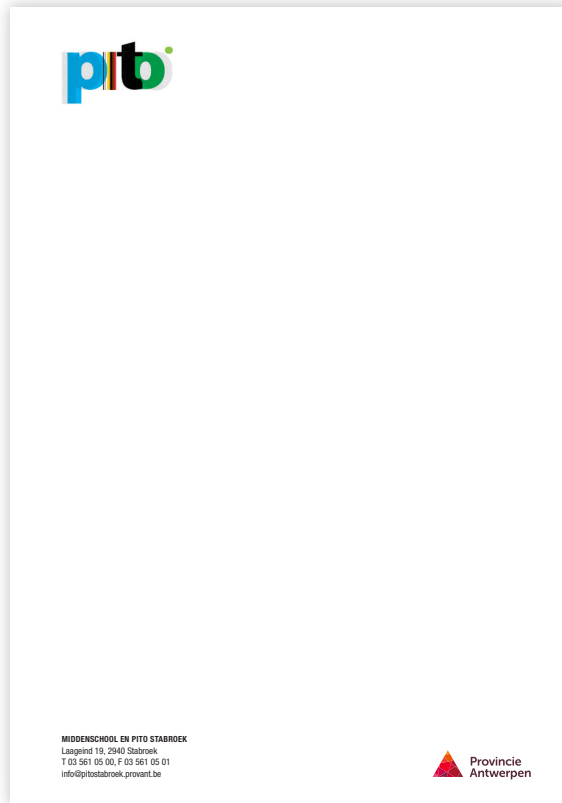
ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

Correspondentieset

Binnen een bestaande huisstijl integreren we het logo van provincie Antwerpen.

Deze voorbeelden zijn louter indicatief.

CORRESPONDENTIESET



briefhoofd



Dubbelzijdig naamkaartje



Enkelzijdig naamkaartje

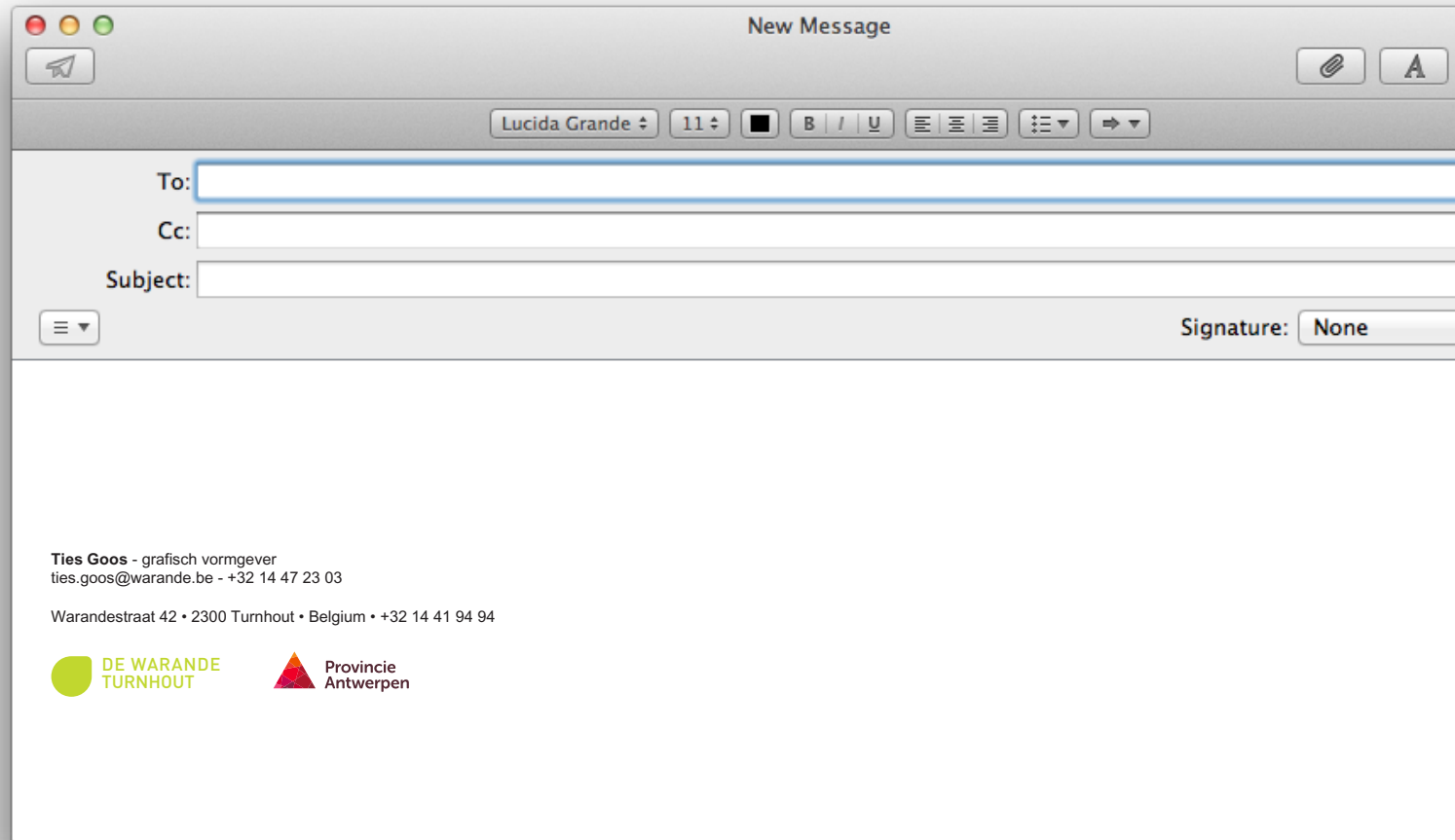
ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

E-mail signatuur

Binnen een bestaande huisstijl integreren we het logo van provincie Antwerpen.

Deze voorbeelden zijn louter indicatief.

E-MAIL SIGNAATUUR



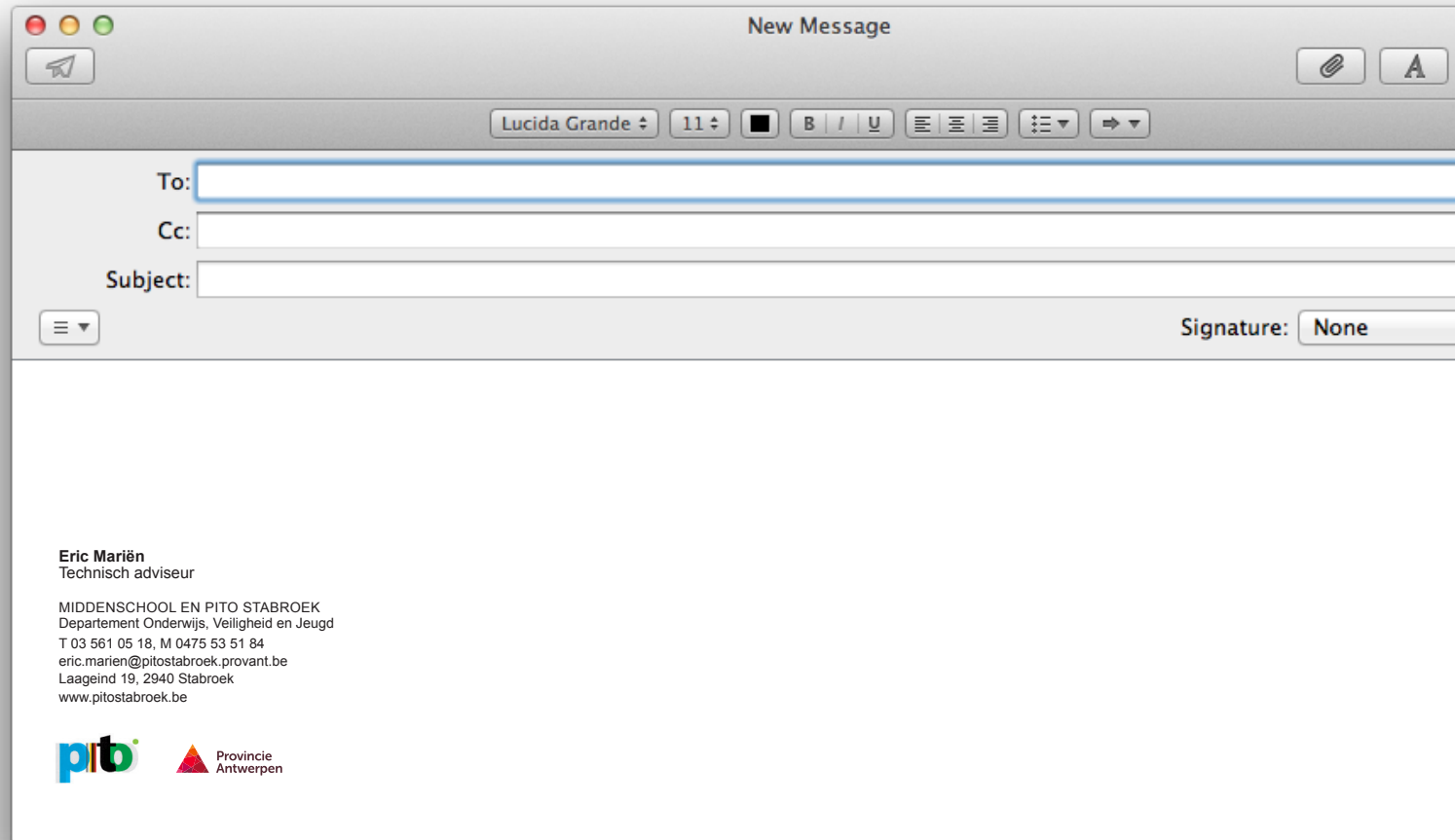
ORGANISATORISCHE COMMUNICATIE

E-mail signatuur

Binnen een bestaande huisstijl integreren we het logo van provincie Antwerpen.

Deze voorbeelden zijn louter indicatief.

E-MAIL SIGNAATUUR



MARKETINGCOMMUNICATIE

Elementen

In deze categorie toepassingen voegen we als submerken aan de bestaande elementen in onze toepassing / huisstijl het logo van provincie Antwerpen én twee extra huisstijlelementen toe: een (optionele) descriptor en een aparte logo-zone waar we het logo van provincie Antwerpen en de descriptor in plaatsen.

Binnen deze categorie vallen volgende type toepassingen:

- Externe communicatie (advertenties, posters, websites...)
- Interne communicatie (magazine, e-newsletter...)
- Promotieartikelen (beursstand, relatiegeschenken,...)

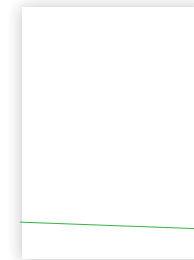
ELEMENTEN

logo en (optionele) descriptor

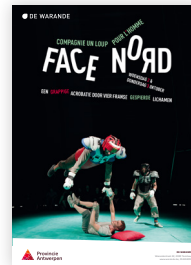


DE WARANDE
Cultuurhuis
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be

logo-zone voor provincie Antwerpen



voorbeeld



DESCRIPTOR

Wat is het

We gebruiken de descriptor om op een condense en uniforme manier de afzender te identificeren en alle praktische info / contactgegevens te bundelen (bvb adresgegevens, url, ...).

Niet verplicht

Als de vermelding van de afzender of de contactgegevens niet noodzakelijk is, moet de descriptor niet gebruikt worden.

Plaatsing

Als we een descriptor gebruiken wordt, plaatsen we deze steeds in de logo-zone van provincie Antwerpen op een witte achtergrond.

DESCRIPTOR

DE WARANDE Cultuurhuis

Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be

DESCRIPTOR

Verhouding

Om een zekere uniformiteit te bewaren tussen descriptor en logo staan deze in verhouding t.o.v. elkaar. Beide elementen dienen ook in verhouding vergroot of verkleind te worden. Daar waar kan, moet deze verhouding gerespecteerd worden.

Elementen

De naam van het submerk wordt in de descriptor steeds voluit geschreven. De gegevens in het adresdeel zijn vrij te bepalen: contactgegevens, url,... Of, bij uitzondering, een qr code.

VERHOUDING

DE WARANDE
Cultuurhuis
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T.014.41.69.91 - www.warande.be



Provincie
Antwerpen

verhouding tussen descriptor en logo,
als basis gebruiken we een descriptor met 4 regels

DESCRIPTOR

Opbouw

De descriptor gebruiken we als aanvullend element bij het logo, om in detail te duiden van welke dienst en departement een bepaalde communicatie afkomstig is.

DESCRIPTOR



deel 1

submerk
(pms 504, CMYK 29/82/44/73)

deel 2

contactgegevens
(pms cool gray 11, CMYK 0/0/0/80)

deel 1

Om een duidelijke structuur te krijgen, plaatsen we de dienst steeds in kapitalen en het departement in onderkast.

tekst: Museo Sans 700
kleur: pantone 504
minimale fontgrootte: 7,5pt

deel 2

Vermelding van contactgegevens in onderkast.

tekst: Museo Sans 300
kleur: pantone cool gray 11, CMYK 0/0/0/80
minimale fontgrootte: 7,5pt

- > Alle regels binnen de descriptor hebben dezelfde fontgrootte.
- > De **minimale** interlinie tussen de regels is gelijk aan de fontgrootte + 1/5 van de fontgrootte of een interlinie van 120% (auto in InDesign).

— minimale beschermzone is 8 mm

MARKETINGCOMMUNICATIE

Opbouw logo-zone

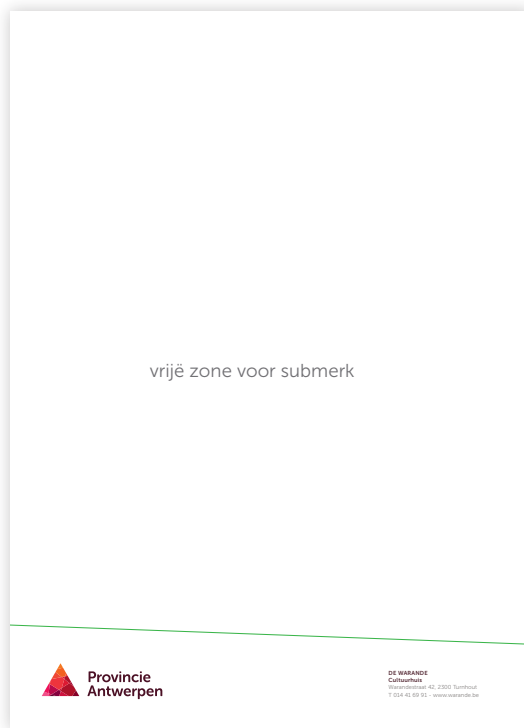
Als basis plaatsen we de schuine lijn, en zo creëren we een logo-zone waarin we het logo van provincie Antwerpen en de descriptor plaatsen.

De logo-zone kan zich zowel onderaan als bovenaan bevinden. In deze logo-zone mag geen enkel ander grafisch of tekstueel element geplaatst worden. Deze zone is exclusief voorbehouden voor het logo provincie Antwerpen en de descriptor.

Deze logo-zone heeft steeds een witte achtergrond.

OPBOUW

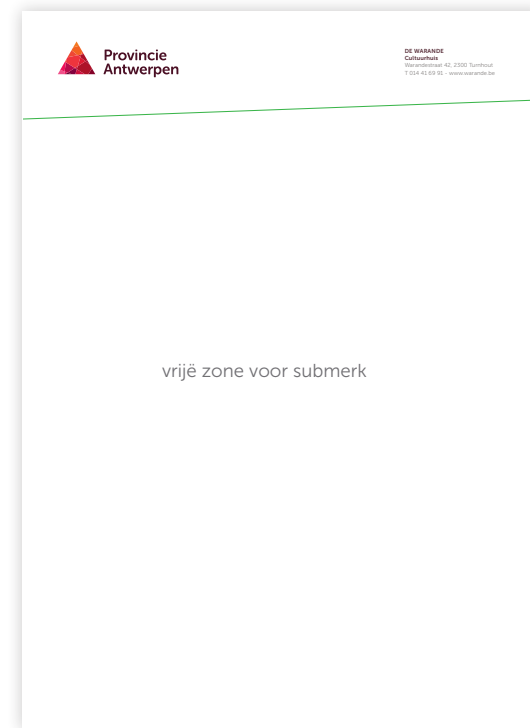
Voorbeeld met logo-zone onderaan



↑ ↓ toevoeging van 1 lijn, deze kan naar boven of onder verschoven worden

OF

Voorbeeld met logo-zone bovenaan



we plaatsen de lijn in een hoek van 2°

roteren van lijnen is niet toegestaan

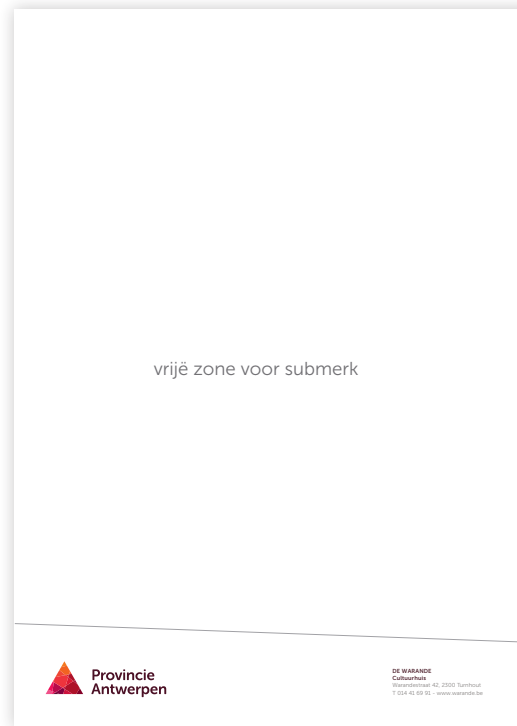
↑ ↓ toevoeging 1 lijn, deze kan naar boven of onder verschoven worden

MARKETINGCOMMUNICATIE

Afbakening logo-zone

De logo-zone van provincie Antwerpen moet steeds duidelijk afgebakend zijn van de vrije zone voor het submerk. Indien deze logo-zone grenst aan een wit vlak, maken we de schuine lijn grijs voor een zichtbaar onderscheid.

OPBOUW



Om duidelijk de schuine band te houden voegen we een grijze lijn (pms cool grey 8/ CMYK 0/0/0/60) toe. Deze lijn is minimum 0,75pt dik.

MARKETINGCOMMUNICATIE

Sponsorzone

Sponsorlogo's komen in een aparte balk onderaan de pagina of in de vrije zone van het submerk. Sponsorlogo's kunnen nooit in de zone van het logo provincie Antwerpen geplaatst worden. De grootte van een sponsorlogo is ondergeschikt aan de grootte van het provincielogo.

Plaatsing

Deze sponsorzone is vrij te plaatsen in de opmaak, maar wel buiten de logozone van provincie Antwerpen.

Achtergrondkleur

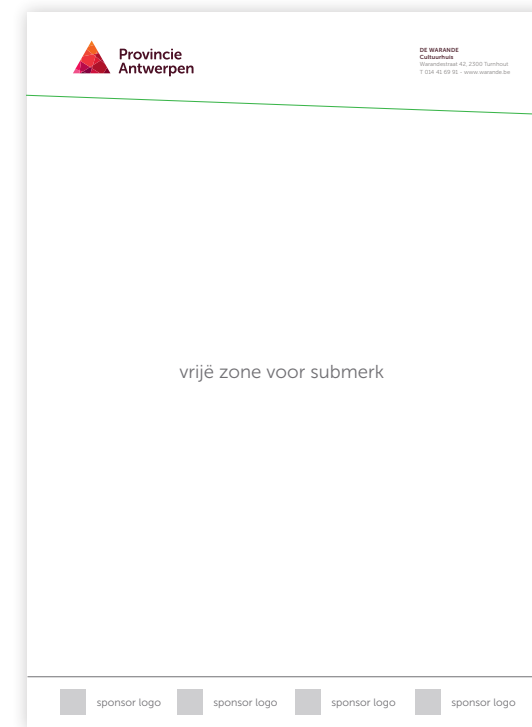
De achtergrondkleur is vrij te kiezen. Wanneer we werken met een witte sponsorbalk die grenst aan de logozone van 'provincie Antwerpen', dan moet de logozone van de 'provincie Antwerpen' en de sponsorbalk van elkaar gescheiden worden met een grijze lijn.

SPONSORZONE

Voorbeeld met logo-zone onderaan



Voorbeeld met logo-zone bovenaan



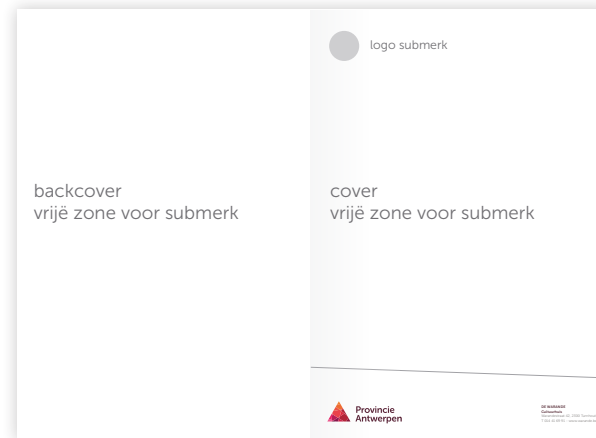
Als de sponsorbalk een witte achtergrond heeft voegen we een grijze lijn (pms cool grey 8/ CMYK 0/0/0/60) toe. Deze lijn is minimum 0,75pt dik.

MARKETINGCOMMUNICATIE

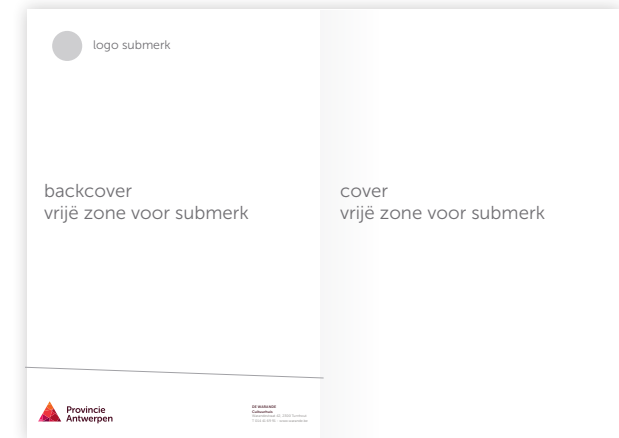
Logo-zone in meerszijdige uitingen

Bij meerszijdige uitingen (bijvoorbeeld cover en backcover) volgt de provincie Antwerpen logo-zone steeds het submerk logo. Staat het submerk logo op de voorzijde, dan staat de provincie Antwerpen logo-zone ook op de voorzijde.

MEERZIJDIGE UITINGEN



Voorbeeld logo's op de voorzijde



Voorbeeld logo's op de achterzijde

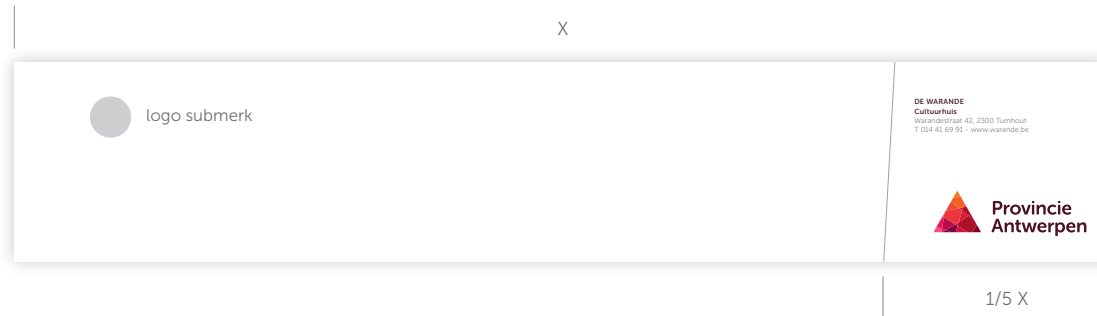
MARKETINGCOMMUNICATIE

Uitzonderlijk formaat (liggend)

Als de opmaak een uitzonderlijke verhouding heeft is het niet mogelijk om de schuine lijn horizontaal te gebruiken. In dat geval mogen we de schuine lijn verticaal gebruiken zoals aangegeven in de figuur hiernaast.

De verhouding die we hanteren voor het bepalen van deze zone is 1/5 van de lengte.

UITZONDERLIJK FORMAAT (LIGGEND)



 we plaatsen de lijn in een hoek van 3°

MARKETINGCOMMUNICATIE

Uitzondering kleurgebruik logo

Als het submerk het eigen logo aanpast naar een afwijkende eenkleurige versie, dan kan het provincie Antwerpen logo volgen. Het logo van de provincie Antwerpen mag dan aangepast worden aan de kleur van het logo van het submerk.

De omzetting naar een eenkleurig provincie Antwerpen logo mag de leesbaarheid van het logo en de descriptor niet in het gedrang brengen. Indien dit wel zo is wordt de zwart-wit versie gebruikt.

1 KLEURIG LOGO EN DESCRIPTOR



DE WARANDE
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be



DE WARANDE
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be



DE WARANDE
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be



DE WARANDE
Warandestraat 42, 2300 Turnhout
T 014 41 69 91 - www.warande.be

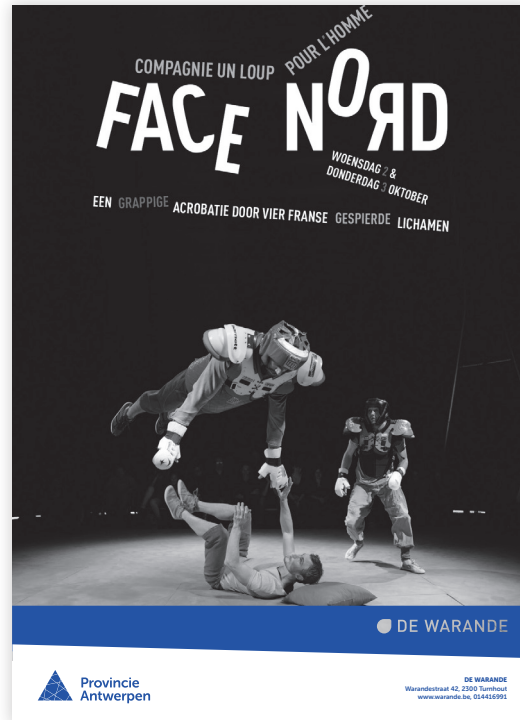
Slecht leesbaar, in dat geval maken we gebruik van de zwarte versie van het logo.

MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

Toevoeging full colour logo provincie Antwerpen, descriptor en schuine lijn, op een witte achtergrond.

COVER 1 KLEUR



MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie

Toevoeging eenkleurig logo provincie Antwerpen, descriptor, schuine lijn op een witte achtergrond.

In dit voorbeeld plaatsen we het logo van provincie Antwerpen in het zwart, omdat de leesbaarheid in gedrang komt bij gebruik van de kleur van de advertentie.

COVER 1 KLEUR

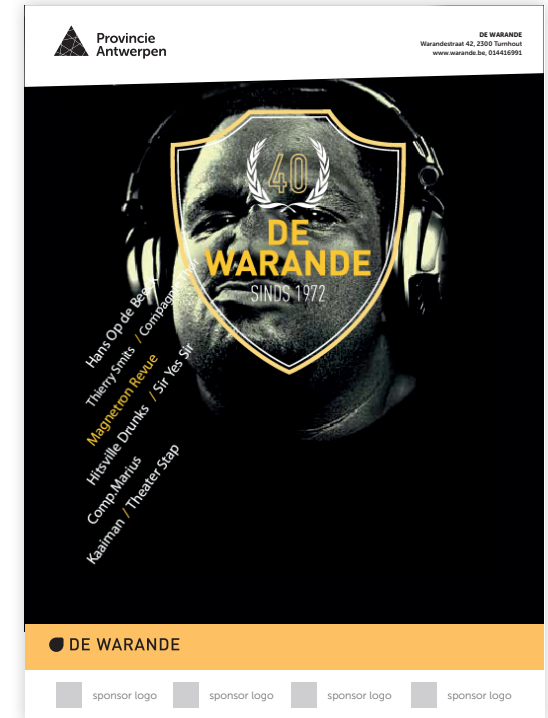
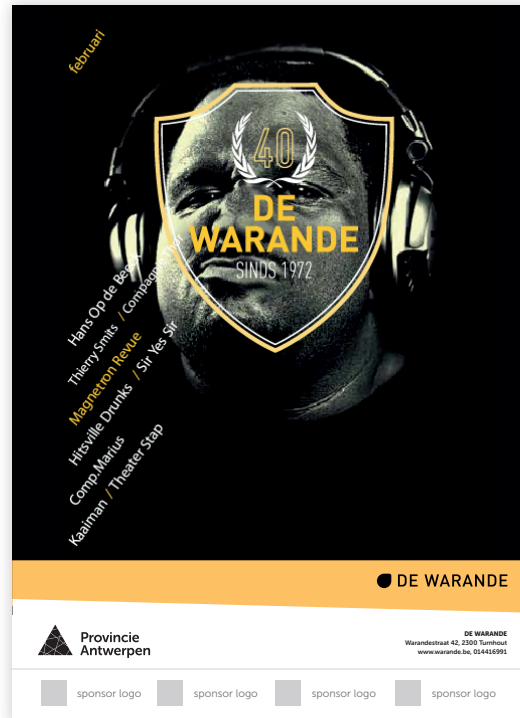


MARKETINGCOMMUNICATIE

Advertentie met sponsorbalk

Toevoeging eenkleurig logo provincie Antwerpen, descriptor en schuine lijn op een witte achtergrond.

COVER MET SPONSORBALK

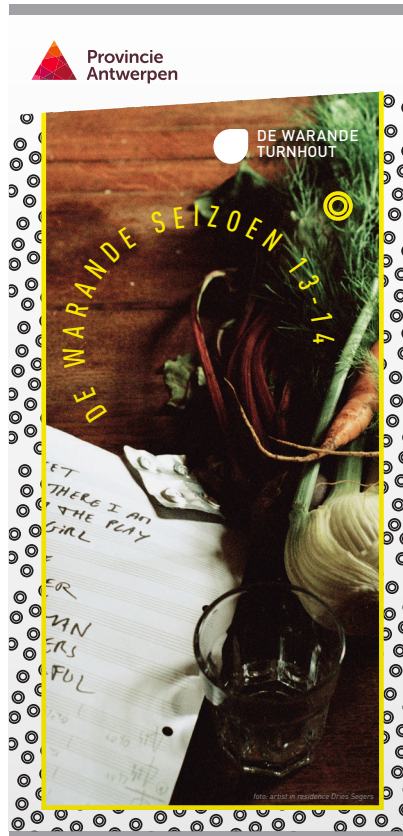


MARKETINGCOMMUNICATIE

Staander/spandoek

Toevoeging full colour logo provincie Antwerpen, in de aparte logo-zone.

STAANDER/SPANDOEK



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

Elementen

In deze categorie toepassingen, wordt enkel het logo van provincie Antwerpen toegevoegd aan de bestaande elementen in de toepassing / huisstijl van de submerken.

Uiteraard gelden hierbij ook de gebruiksregels van het logo. Dat gaat dan over de beschermzone, het gebruik op witte ondergrond en andere zaken zoals beschreven in de huisstijlgids van provincie Antwerpen onder het onderdeel 'Bouwstenen - Logo'.

Toepassingen:

- personenauto's
- bestelwagens
- fietsen
- bedrijfskledij
- sportkledij

ELEMENTEN

Logo



Voorbeeld



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



VOERTUIGEN EN KLEDIJ

T-shirt

T-SHIRT



GEBOUWEN EN TERREINEN

Logo

In deze categorie toepassingen, wordt enkel het logo van provincie Antwerpen toegevoegd aan de bestaande elementen in de toepassing / huisstijl van de submerken.

Uiteraard gelden hierbij ook de gebruiksregels van het logo. Dat gaat dan over de beschermzone, het gebruik op witte ondergrond en andere zaken zoals beschreven in de huisstijlgids van provincie Antwerpen onder het onderdeel 'Bouwstenen - Logo'.

Toepassingen:

- Signalisatie binnen (infoborden,...)
- Signalisatie buiten (gevelbelettering, vlaggen, totems,...)

ELEMENTEN

Logo



Voorbeeld



GEBOUWEN EN TERREINEN

Vlag

VLAG



Submerk en provincie Antwerpen op 1 vlag



Submerk en provincie Antwerpen in combinatie op 2 vlaggen

GEBOUWEN EN TERREINEN

Vlag

VLAG



Submerk en provincie Antwerpen op 1 vlag



Submerk en provincie Antwerpen in combinatie op 2 vlaggen

