



onze **HUISSTIJL**
opgefrist...

een adviesboekje



van Dale

huis-stijl (de ~ (m.))

1 visuele presentatie van een bedrijf of inrichting op drukwerk enz.



WAT?

- ▶ Set afspraken

Over de manier waarop we ons presenteren, in beeld en woord, moeten we afspraken maken. Alleen zo kunnen we de beeldvorming van Chiro stroomlijnen.

- ▶ Gezicht of karakter van Chiro, intern & extern

Dit boekje gaat enkel over de grafische kant van de zaak. De huisstijl is echter de basis van alle communicatie en beperkt zich niet alleen tot briefpapier, folders, enveloppen en de website maar is ook de manier waarop we de telefoon aannemen, gasten onthalen, ... Kortom, alle zaken waarmee we naar buiten treden.

- ▶ De onderdelen: logo, huiskleuren en lettertypes

Bij een huisstijl gaat het vooral om herkenbaarheid. Dat kunnen we bevorderen door het consequent gebruiken van het logo de huiskleuren en lettertypes.

WAAROM?

- ▶ **Onderscheiden van anderen**

Met een huisstijl kan Chiro zich onderscheiden. Met een huisstijl kunnen we het beeld dat we willen uitdragen beter beheersen.

- ▶ **Herkenbaarheid in communicatie**

Herkenbaarheid speelt een grote rol in de communicatie en daarom is een consequente toepassing van de huisstijl belangrijk.

- ▶ **Geheel maken van deelaspecten**

Met een huisstijl maken we een geheel van de verschillende deelaspecten (groep, gewest, verbond, commissie, huis,...).

- ▶ **Eenduidigheid**

Duidelijk maken dat we tot een groter geheel behoren levert een grote "eenduidigheid" op. Daaruit blijkt dat overal dezelfde waarden en doelstellingen worden nagestreefd.

▶ **Efficiëntie**

Een zorgvuldig toegepaste huisstijl, geïmplementeerd in bvb. Word, verhoogt ook de efficiëntie. Het biedt een houvast aan eigen medewerkers bij lay-out of administratie. Documenten zijn sneller klaar, omdat meer tijd aan de inhoud besteed kan worden.

▶ **Degelijkheid, trots, vertrouwen**

Een zichtbaar doordachte huisstijl straalt degelijkheid uit. Het kan mensen motiveren, zich thuis laten voelen. Je voelt je een deel van de Chiro-beweging.

DAAROM!



PRAKTISCH...



Op de volgende bladzijden vind je onze 'huisstijlrichtlijnen' ...

We kunnen en willen deze richtlijnen niet verplichten!

We hopen wel dat zoveel mogelijk mensen die met vormgeving bezig zijn, volgens hun eigen mogelijkheden, deze adviezen volgen.


Zo kunnen we alle uitgaven en producten van Chiro op elkaar afstemmen en versterken we het beeld van Chiro als groter geheel!





P
chiro

*Af en toe zijn we ook wel eens ernstig,
vandaar dit stukje strakke lijn...*



HET CHIROLOGO

► een **WIT** logo in een **ROOD** en **SPEELS** vlak

... wit: omdat het logo zo sterker staat en meer opvalt

... rood: omdat het één van onze bewegingskleuren is, minder 'hard' dan zwart, krachtiger dan beige en dynamischer dan blauw

... speels: dat spreekt voor zich!



WAT VERMIJDEN WE LIEFST

- ▶ Samengestelde logo's



► Varianten op het logo



DE PLAATS VAN HET SUBLOGO

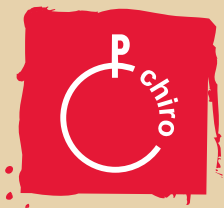
- ▶ Het logo of de naam van de eigen groep, het gewest, verbond, commissie, huis, ... komt tussen het 'Chirologo' en het horizontale streepje. Dit streepje zorgt ervoor dat de twee logo's een geheel vormen.



- ▶ Zorg dat het *sublogo* in deze ruimte '*past*', dat het er niet komt '*uitpiepen*', dat het in verhouding staat met het Chirologo zodat het een mooi geheel vormt.

Het gele vlak hoort niet bij het geheel, het geeft gewoon de beschikbare plaats voor het sublogo aan...

bijvoorbeeld...



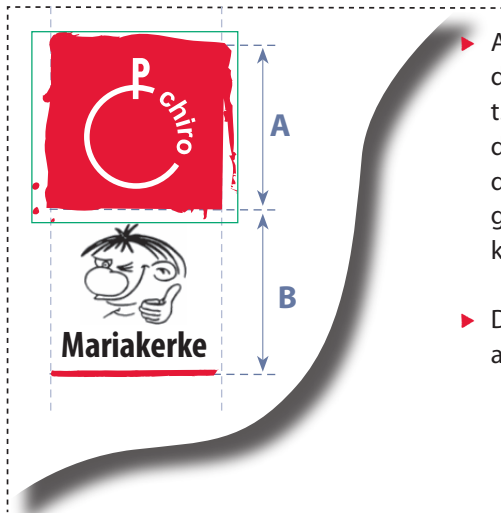
**ST.-AGNES
GESTEL**



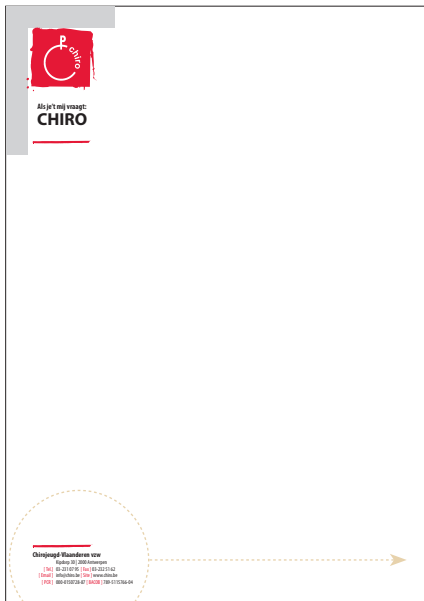
**Als je't mij vraagt:
CHIRO**

Dit is misschien de ideale gelegenheid om een logo voor je groep, gewest, verbond,... te ontwerpen of aan te passen...

PLAATS & GROOTTE VAN DE LOGO'S



- ▶ Als we het hebben over de grootte van het logo t.o.v. de grootte van het document gaat het over de oppervlakte hier aangeduid door het **groene** kader
- ▶ De afstanden A en B zijn altijd gelijk.



- ▶ Marge
5% van de kortste zijde
van je document
- ▶ Breedte logo
16% van de kortste zijde
van je document

*Als je document de grootte
heeft van een A6 of kleiner
maak je de breedte van het
logo 20% van de kortste zijde
van je document*

*Schikking van de adresgege-
vens zie p. 22*

PLAATS & GROOTTE VAN DE LOGO'S

- ▶ Grootte en plaats van de logo's t.o.v. standaardformaten afgerond naar mm.

formaat	marge	breedte logo (groene kader)
A6	5 mm	21 mm
A5	7 mm	24 mm
A4	10 mm	34 mm
A3	15 mm	48 mm
A2	21 mm	67 mm
60x40 cm	20 mm	64 mm
A1	30 mm	95 mm



KLEURGEBRUIK

- ▶ We hebben 3 bewegingskleuren: gebaseerd op de kleuren van de bewegingskledij...



PMS: 186

C0 M96 Y65 K4

R225 G20 B60

WEB: #E1143C



PMS: 282

C100 M80 Y0 K60

R0 G18 B77

WEB: #00124D



PMS: 467

C2 M10 Y41 K13

R228 G208 B150

WEB: #E4D096

Bij een 2-kleurendrukwerk worden de kleurwaarden uitgedrukt in Pantone (PMS)-kleuren. Bij een 4-kleurendrukwerk worden de kleurwaarden uitgedrukt in C (cyan, blauw), M (magenta, rood), Y (yellow, geel) en K (black, zwart). Het getal staat voor een percentage van die kleur.

Kleurwaarden op het computerscherm worden meestal uitgedrukt in R (rood), G (groen) en B (blauw).



DOLFIJN ANTWERPEN

Gebruik in kleur:
vlak en streepje in rood;
logo in wit;
sublogo of naam in zwart.



AKSENT BONHEIDEN

Gebruik in z/w: vlak en
streepje in 70% zwart;
logo liefst wit (*bij ko-
piëren: de kleur van het
papier*);
sublogo of naam in zwart.

LETTERTYPES

- ▶ Gebruik voor gewone documenten zoals verslagen e.d. de lettertypes zoals hiernaast omschreven!
- ▶ Gebruik fantasielettertypes enkel voor titels van affiches, covers,... en spring er dan nog zeer zuinig mee om!



- ▶ Voor MAC: Myriad Pro

TITEL ▶ *Myriad Pro Black Cond. Kapitalen 24 pt (RA 28pt)*

tussentitel 1 ▶ *Myriad Pro Bold Cond. 15 pt (RA 16pt)*

tussentitel 2: ▶ *Myriad Pro Semibold Condensed 12 pt (RA 14pt)*

doorlopende tekst: ▶ *Myriad Pro Regular 10 pt (RA 13pt)*

aandachtwoordjes: ▶ *Myriad Pro Bold 10 pt (RA 13pt)*

- ▶ Voor PC: Arial Narrow

TITEL ▶ *Arial Narrow Bold Kapitalen 24 pt (RA 28pt)*

tussentitel 1 ▶ *Arial Narrow Bold 15 pt (RA 16pt)*

tussentitel 2 ▶ *Arial Narrow Bold 13 pt (RA 14pt)*

doorlopende tekst: ▶ *Arial Narrow Regular 11 pt (RA 13pt)*

aandachtwoordjes: ▶ *Arial Narrow Bold 11 pt (RA 13pt)*

RA = regelafstand of interlinie

Plaats van de adresgegevens

- ▶ De adresgegevens zetten we onderaan links, onder het horizontale rode streepje

Chirojeugd-Vlaanderen vzw *de naam: Myriad Pro Bold
Condensed 10/12*

Kipdorp 30 | 2000 Antwerpen

[Tel.] 03-231 07 95 [Fax] 03-232 51 62 *adresgegevens: Myriad Pro
Condensed 8/9,6*

[E-mail] info@chiro.be [Site] www.chiro.be

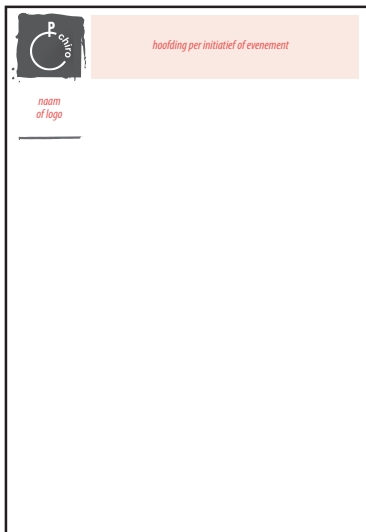
[PCR] 000-0150728-87 [BACOB] 789-5115766-04

*de adresgegevens zijn links uitgelijnd op
het midden van het Chirologo bovenaan*

- ▶ Op **boekjes** e.d. komen de adresgegevens op de laatste pagina, ook onderaan links, onder het horizontale rode streepje.
- ▶ Op documenten die uit meerdere pagina's bestaan, voorzien we een *vervolgblad*, met enkel het rode streepje en een paginanummer.

Plaats hoofding evenement

- ▶ De hoofding van een initiatief of evenement plaatsen we in de ruimte rechts van het logo.



EINDE



Chirojeugd-Vlaanderen vzw

Kipdorp 30 | 2000 Antwerpen

[Tel.] 03-231 07 95 [Fax] 03-231 07 96

[E-mail] info@chiro.be [Site] www.chiro.be

