



# Brand Guidelines

PERSKIT



# 01. Logo

De boundingbox is de minimale ruimte om het logo heen die het nodig heeft om tot zijn recht te komen.



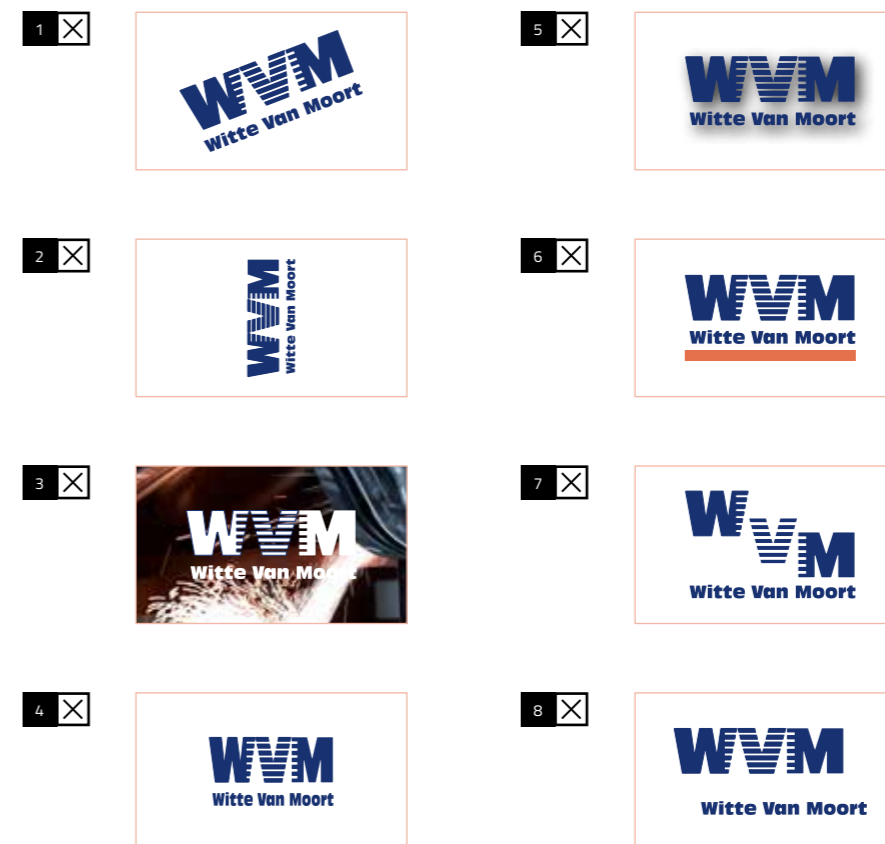
## 1.1 Boundingbox

De 'W' van WvM wordt aangeduid als 1x, de minimale witruimte rondom het logo is 1/2x



# 01. Logo

Er zijn een aantal regels nodig om de integriteit van het merk WvM te handhaven. Zorg dat het uiterlijk van het logo niet aangetast wordt door het te draaien, in elkaar te drukken of welke ander vervorming dan ook. Hiernaast staan een aantal regels die bij gebruik van het logo in acht moeten worden genomen.

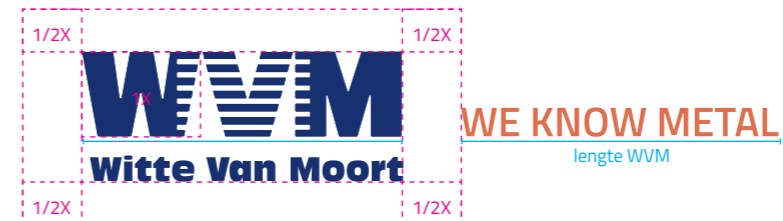


## 1.2 Do's and don'ts

1. Plaats het logo nooit schuin.
2. Het logo mag niet verticaal gebruikt worden
3. Het logo mag op een gekleurde of een foto-ondergrond geplaatst worden. Mits het contrast hoog genoeg is.
4. Het logo mag niet uitgerekt of in elkaar gedrukt worden.
5. Gebruik geen effecten zoals dropshadow, transparency, etc.
6. Plaats geen elementen binnen de boundingbox.
7. Ga geen elementen van het logo herschikken of andere composities maken.
8. Het formaat of de positie van de descriptor mag niet aangepast worden.



# 01. Logo



### 1.3 Promotie logo

Naast het standaard WVM logo kan er gebruik gemaakt worden van het 'promotie' logo. Dit logo mag bij uitzondering gebruikt worden op middelen waarbij geen vormgeving mogelijk is en alleen het logo geplaatst kan worden. Denk hierbij aan merchandise, give away's, kleding, etc.

Dit logo is er in 2 varianten; een staande en liggende.

**Let op:** wanneer er een logo van WVM geplaatst wordt tussen logo's van andere bedrijven, denk aan een sponsorbord, wordt het standaard logo gebruikt. Op deze manier kan het logo groter geplaatst worden en valt het beter op.



# 01. Logo

1



2



3



## 1.4 Logogebruik

Het gebruik voor logo's is in drie categorieën in te delen:

### 1. Promotie logo

**Middelen waarbij alleen een logo geplaatst kan worden**

Denk hierbij aan merchandise, give away's, kleding, etc.

### 2. Standaard logo

**Middelen met alleen logo + opmaak**

Dit zijn middelen waarbij beperkte vormgeving mogelijk of gewenst is, waarbij het logo een grote rol speelt. Denk hierbij aan boarding, banners, vlaggen, etc.

### 3. Standaard logo

**Middelen met volledige opmaak**

Dit zijn middelen waarbij volledige vrijheid is in ontwerp/opmaak en waarbij een boodschap en/of andere content belangrijk is. Denk hierbij aan website, brochures, folders, online marketing, etc.

1. Voorbeeld alleen logo
2. Voorbeeld beperkte opmaak
3. Voorbeeld volledige opmaak



## 02. Kleur

Een kleurcodering is een manier om veel van de kleuren in de kleurruimte in een set van cijfers om te zetten. Er bestaan verschillende systemen voor deze kleurdefinities. Een huisstijl wordt ingezet met verschillende middelen, denk aan drukwerk, websites, gevelsigning en auto's.



### 2.1 Primaire en secundaire kleuren

De kleuren van WvM zijn bewust gekozen, het zakelijke maar toch frisse blauw zorgt voor een rustige en betrouwbare uitstraling. De lichte koperkleur geeft een onderscheidend karakter en de unieke skills van WvM weer.

Donkerblauw is de primaire kleur en heeft het grootste aandeel in alle uitingen. Koper is de secundaire kleur en wordt gebruikt voor details, call to actions en om bepaalde elementen meer aandacht te geven. Om de grote hoeveelheid blauw te doorbreken wordt er nog gebruik gemaakt van lichtgrijs.

Wanneer gebruik je welke kleurcodering:

Drukwerk	CMYK of PMS
Digitaal	RGB of HEX (website/powerpoint, etc)
Schilder-/spuitwerk	RAL
Plakwerk	Folie (auto- gevelbelettering)

1.	CMYK	C 100 / M 100 / Y 0 / K 0
	RGB	R 24 / G 49 / B 112
	HEX	#183170
	Pantone	2738
	RAL	5002 Ultramarine Blue
	Folie	Avery 968 / 3m 903
2.	CMYK	C 10 / M 70 / Y 75 / K 10
	RGB	R 229 / G 113 / B 76
	HEX	#E5714C
	PMS	Pantone 7417
	RAL	2012 Salmon Orange
	Folie	Avery 926 / 3m 70-41
3.	CMYK	C 0 / M 0 / Y 0 / K 15
	RGB	R 220 / G 221 B / 221
	HEX	#dcdde
	PMS	Pantone 427
	RAL	7040 Window Grey
	Folie	Avery 428 / 3m 70-93

## 03. Typografie

Typografie is het geheel van letters en cijfers in de huisstijl. Als de typografische richtlijnen consequent worden toegepast draagt het bij aan een heldere informatieoverdracht en versterkt het de identiteit van je merk.

Titillium Web

# AaBb1234

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-***

### 3.1 Offline middelen

De Titillium web is een veelzijdige schreefloze letter met dunne lange lijnen en kenmerkende rondingen die het een vriendelijk karakter geven. De strakke harde lijnen in de letter zorgen voor een zakelijke uitstraling.

Voor koppen wordt de Titillium Web bold gebruikt en voor lopende teksten de Regular. De andere gewichten zijn vrij inzetbaar.



## 03. Typografie

Het is niet altijd mogelijk om het gekozen lettertype voor drukwerk ook voor digitale middelen te gebruiken. Hier moeten we rekening houden met technische beperkingen. Daarom maken we gebruik van web- en systeemfonts. Voor een éénduidige uitstraling proberen we zoveel mogelijk dezelfde fonts te kiezen of fonts die er op lijken of dezelfde uitstraling hebben.

Calibri

# AaBb1234

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+***

### 3.2 Digitale middelen

De Titillium web, de naam zegt het al, is een webfont en daarom perfect te gebruiken voor de website.

Voor kantoorautomatisering (Outlook, Word, Excel, PowerPoint etc.) gebruik je systeemletter Calibri. Dit Systeemfont is standaard op de meeste computers beschikbaar.



