

Inspiratiedocument

mohamed lahmar
M21

Logo Misuse

It is important that the appearance of the logo remains consistent. The logo should not be misinterpreted, modified, or added to. No attempt should be made to alter the logo in any way. Its orientation, colour and composition should remain as indicated in this document — there are no exceptions.



NO

Do not use the old stacked version of the logo.



NO

Do not apply a gradient to the icon or wordmark.



NO

Do not rotate the logo.



NO

Do not change the logo colour or tone outside of the Spotify green.



NO

Do not resolve the logo in two different colours.



NO

Do not distort or warp the logo in any way.



NO

Do not change the typeface nor recreate or manipulate the wordmark and the icon.



NO

Do not use the wordmark without the icon.

Met doeltreffend brand management draagt een organisatie op een inspirerende manier haar identiteit, merkwaarde en merkbeleving uit. Op een manier die zowel intern als extern zorgt voor begrip, waardering, draagvlak en effectief gebruik. Door het brand management adequaat vast te leggen, wordt het nog doeltreffender. Dit productsheet geeft een overzicht van de verschillende manieren waarop dit kan: van brand book tot modellenboek. Van pure merkinspiratie tot millimeternauwkeurige vastlegging en normering van de vormgeving. En alles daartussenin, afhankelijk van wat het beste bij de vraag van uw organisatie past, wat u tegenover wie wilt communiceren en waar uw identiteit op dit moment staat in haar ontwikkeling.



APPENDIX

Middelen





KENMERKEN

- Merk- en basiselementen in één oogopslag
- Aantal pagina's: 2- of 3-luik (4 of 6 pagina's)
- Gedrukt, gelamineerd; bureau-exemplaar

Usage

bourne

Minimum print size 25mm

bourne

Minimum screen size 75px

bourne

Identity mono reverse

Identity

bourne

Identity mono



Identity minimum space

The identity must always have a minimum space around which can be calculated by the doubling the x size of the b ascender as shown above. This will allow the logo to breathe when surrounded by other elements.

Identity Colour Palette



PMS Black
Process Black
R03 G00 B00
#211E1C



PMS Cool Grey 11 C
80% Black
R104 G102 B99
#4D4E53

Secondary Colour Palette



PMS 7541 C
5% Black
R208 G227 B229
#E4E3DF



PMS 129 C
C1 M14 Y92 K1
R042 G006 B61
#FDC82F



PMS 291 C
C36 M2 Y1 K0
R158 G004 B035
#6AD9E2



PMS 328 C
C87 M1 Y66 K0
R122 G009 B181
#4DB796



PMS 7437 C
C14 M26 Y2 K0
R210 G179 B009
#D5A2C9

The Bourne identity is only permitted to appear in these colours and where applicable in full mono reverse.

The Bourne secondary colour palette has been specifically created to add colour and interest to all Bourne brand materials. The colours must only be used as background or highlight colours and the identity should never be used in the secondary colour.

Headline Typeface

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz

Foundry Wilson Normal

Headline
Underline
Style

Foundry Wilson Normal Single Underline

An underline can be used specifically on headlines, pull-out quotes or anything which indicates a link to a url or online site.

Secondary Typefaces

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz

Berthold Accidenz Grotesk Roman

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz

Berthold Accidenz Grotesk Bold

0123456789

De TUI identiteit is een waardevol onderdeel. Het helpt mensen onze diensten te identificeren en fungeert als een garantie voor kwaliteit en authenticiteit. Onze identiteit is niet alleen ons merk, het is ook de manier waarop we kleur gebruiken, etc. Onze identiteit is herkenbaar & onderscheidend wanneer het consistent wordt toegepast. Deze richtlijnen zijn bedoeld om je te helpen de TUI huisstijl nauwkeurig toe te passen. Neem alstublieft de tijd om de TUI Logo Manual Goed door te nemen zodat het duidelijk is hoe het logo toe te passe

LOGO

BASISREGELS TOEPASSING TUI LOGO

consumenten
communicatie

Het TUI logo is een combinatie van de TUI Smile ¹ en het TUI woordmerk ². Deze zijn gecombineerd volgens vaste verhoudingen en dienen altijd zo toegepast te worden. Het is niet toegestaan om de TUI Smile en het TUI woordmerk los van elkaar te gebruiken en/of posities ten opzichte van elkaar te veranderen.



POSITIE VAN HET TUI LOGO

Het TUI logo staat bij voorkeur links-boven in het vlak gepositioneerd ³. Als dit niet past, mag het logo rechts-boven.

Voorbeeld plaatsing op beeld/foto:



Voorbeeld plaatsing op TUI-Blue:



MINIMALE RUIMTE

De minimale ruimte rondom het logo is 1,5 X (dit staat gelijk aan 1,5 maal de cirkel in het TUI Smile logo) ⁴. Binnen deze ruimte mogen zich geen grafische elementen, teksten, andere logo's, etc. bevinden. Het is wel toegestaan om beelden/foto's achter het logo te plaatsen ⁵, uitgangspunt hiervoor is dat de plaats in beeld/foto waar het logo staat neutraal is en dermate licht of donker t.b.v. duidelijke herkenning en leesbaarheid.

Voorbeeld plaatsing TUI logo.



ACHTERGROND

Bij het plaatsen van het logo gaat de voorkeur uit naar plaatsing op een beeld/foto en anders op TUI-Blue en vervolgens pas op alle andere TUI kleuren. Met de uitzondering van TUI-Grey, deze zorgt niet voor voldoende contrast. Ook is het niet toegestaan om het logo op een witte achtergrond te plaatsen.

BASIS REGELS

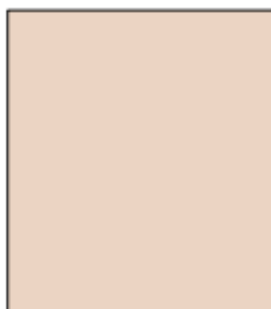
- Dit logo vervangt alle voorgaande logo's, van zowel TUI als alle lokale merken.
- Logo altijd in TUI-Red.
- Logo mag in uitzonderlijke gevallen op een witte achtergrond.
- Logo mag alleen geplaatst worden op neutrale plaats in beeld/foto of op TUI kleuren (met uitzondering van TUI-Grey).
- Logo mag niet worden aangepast.
- Plaats geen extra elementen binnen de minimale ruimte.
- Logo mag niet worden aangesneden.
- Alleen het originele aangeleverde logo mag worden gebruikt.

Voorbeelden hoe het logo niet mag worden gebruikt:



Beperkt toepasbaar

Door het gebruik van een vast omlijnd kleuren pallet zullen de grafische uitingen meer consistent en herkenbaar zijn voor de consument. Ignoor maakt gebruik van subtiele kleuren, de zogenaamde natuur- en pastelkleuren. Er is bewust gekozen voor natuurtinten, omdat leer een natuurlijk materiaal is. Ignoor gebruikt de kleuren uit praktische overweging; alleen als het nodig is om met verschillende kleuren iets aan te geven kunnen andere kleuren gebruikt worden. Ignoor maakt gebruik van twee hoofdkleuren. Deze worden gebruikt in alle vormen van algemene communicatie, met uitzondering van die vormen waarvoor inspiratiekleuren moeten worden gebruikt. Door deze twee hoofdkleuren constant te gebruiken ontstaan eenheid en herkenning. De kleuren zijn vastgesteld aan de hand van leerkleuren. De lichte kleur is de kleur van onbewerkt leer, de donkere kleur is de kleur van gebrandmerkt leer. Het kleuren pallet wordt aangevuld met de genoemde inspiratiekleuren. Deze kleuren worden gebruikt als het gaat om communicatievormen die betrekking hebben op inspiratie en kennis. Deze kleuren kunnen door de seizoenen heen veranderen. Deze kleuren worden gebruikt op een creatieve manier, ze zullen niet voorkomen bij zakelijke uitingen en/of andere belangrijke zaken. De kleuren zorgen voor variatie in de grafische communicatie.



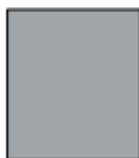
onbewerkt leer
pantone 481U



gebrand leer
pantone 476U



rustig blauw
pantone 291U



maan grijs
pantone 430U



nevel paars
pantone 2563U



vuur rood
pantone 185U



bloesem geel
pantone 121U



glazuur groen
pantone 359U

