



Analyse van de huistijl van VanRoey.be

1. Het lettertype

In het logo wordt het lettertype HP Futura gebruikt. Dit was een specifiek lettertype dat HP ook in al haar communicatie gebruikte en dat ze gratis mochten gebruiken. Het was een fris, modern lettertype met zakelijk karakter. Aangezien ze héél veel campagne voeren voor HP wisten ze op deze manier dat het lettertype nooit zou vloeken met dat van de geprefabriceerde campagnes van HP.

Futura Book Bold

Hello world

1234567890

by fontsgreek.com

Buiten het logo wordt Segoe UI gebruikt, wat het meest standaard lettertype is in Windows 8.1 tot 10. Ze kozen voor dit lettertype omdat het één van de meest uitgebreide lettertypes is ter wereld. Alle mogelijke karakters worden erin ondersteund. Zowel op scherm als op papier is het geoptimaliseerd voor leesbaarheid en iedereen heeft het op zijn Pc staan. Als je dus bijvoorbeeld een PowerPoint maakt in dit lettertype weet je zeker dat je pptx-bestand ook op een andere Pc kan gebruiken. Segoe MDL2 bevat ook honderden moderne iconen die je kan gebruiken in je documenten.

Segoe UI Regular

the quick brown fox jumps over the lazy dog.

1234567890

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

by fontsgreek.com

2. De kleur

a. Huidige kleur

Het huidige blauw is een speciale pantone kleur waarvan ze weten dat ze makkelijk/standaard te reproduceren is. Dit is makkelijk bij bijvoorbeeld het stickeren van wagens en bedrukken van vlaggen. Er is dus altijd garantie dat de kleur correct is. Het blauw is ook iets frisser/moderner dan voorheen.



b. Waarom blauw?

De kleur blauw was ooit een keuze van de zaakvoerder, een zakelijke kleur. Bij de overgang naar Van Roey ICT group is het blauw behouden voor de zakelijke tak. De commerciële tak is overgeschakeld naar een rode kleur in navolging van bijvoorbeeld Mediamarkt of VandenBorre.



3. Het logo

Vroeger was de bedrijfsnaam “Van Roey Automation” en daarna “Van Roey” met in het klein “automation” eronder, maar gezien de dominantie van het web en de opmars van enkele bedrijven die hun domeinnaam als bedrijfsnaam gebruikten (bv. vanhout.pro) wilde de zaakvoerder eerst VanRoey.pro als nieuwe merknaam. Na enig onderzoek bleek niemand ooit spontaan “.pro” in zijn webbrowser te tikken. Vandaar dat ze terug naar de .be gegaan zijn in de ontwerpfase, en door deze iets kleiner, hoger en in het blauw te zetten, dan valt het iets meer op zonder de naam echt te veranderen noch het logo fysiek langer/breder te maken dan nodig.

Kortom: De website is belangrijker dan ooit en dus willen ze dat de mensen zo makkelijk mogelijk de weg vinden naar de site. Daarom dat ze de url mee in het logo verwerkten terwijl de nadruk wel blijft liggen op “VanRoey”.

4. De geschiedenis van de huisstijl

Er waren eerdere huisstijlen, deze hadden een donkerder blauwe tint in combinatie met beige en werkte steeds met de lettertypefamilie ‘frutiger’. Maar dit was een zeer kostelijk lettertype en niemand had dit op zijn/haar PC geïnstalleerd behalve de ontwerper. Die huisstijl had steeds een volledig gekleurde band bovenaan de pagina (blauw vlak met logo erin en daarnaast een beige balk met titel maar dit was allesbehalve print-milieuvriendelijk.

