

Diest

Brand Manual

Short version

Stad Diest
Brand Manual

Versie
Mei 2024



Stay Wild
www.staywild.be



Brand manual, the short version

Deze beknopte stijlguide bevat een overzicht van de huisstijl van Stad Diest en enkele richtlijnen voor het gebruik hiervan. Voor uitgebreide voorbeelden en uitleg kan je de volledige brand guide raadplegen waarin ook heel veel toepassingen en uitwerkingen worden getoond.



01

De merken van Diest

p. 3

- 1.1 Merkenhiërarchie p. 4
- 1.2 De merken p. 5

02

Stijlgids

p. 6

- 2.1 Stadsmerk p. 7
 - 2.1.1 **Primair logo**
 - 2.1.2 **Ontstaan**
 - 2.1.2 **Secundaire logo's**
 - 2.1.3 **Don'ts**
 - 2.1.4 **Kleurenpalet**
 - 2.1.5 **Lettertype**
 - 2.1.6 **Grafische elementen**
- 2.2 Gemeentelijk merk p. 20
 - 2.2.1 **Toepassing**
- 2.3 Etalagemerken p. 23
 - 2.3.1 **Aftekening**
- 2.4 Partners p. 28
 - 2.4.1 **Logo**

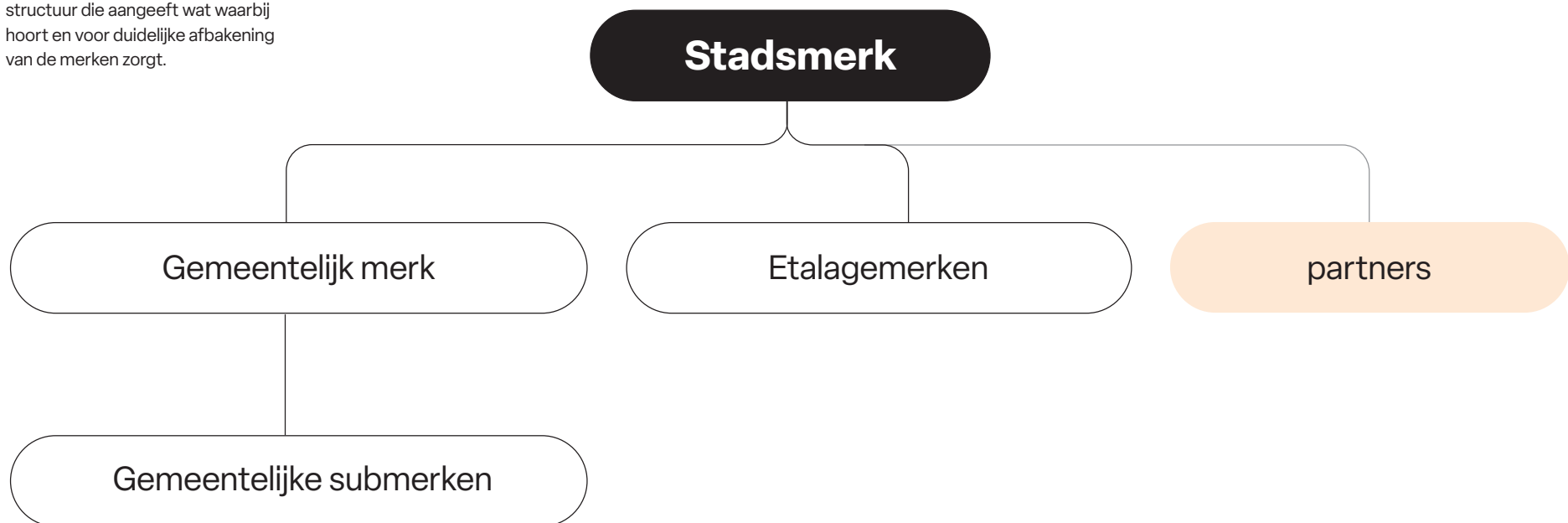
De merken van Diest

01

Diest is een verzameling van verschillende diensten, organisaties en partners die elk op hun manier meewerken aan een levendige en gastvrije stad. Om duidelijkheid te scheppen over waar men terecht kan voor specifieke diensten of info, is het belangrijk dat deze verschillende onderdelen zich van elkaar onderscheiden in hun branding.

1.1 Merkenhiërarchie

Om de verschillende onderdelen van Diest elk een eigen uitstraling te geven, kan je terugrijpen naar de merkenhiërarchie. Dit is een structuur die aangeeft wat waarbij hoort en voor duidelijke afbakening van de merken zorgt.



Stadsmerk

Dit niveau representeert de stad als geheel. Hierbij horen de **visuele identiteit** en het **logo** van de stad. Gebruik het stadsmerk om de stad te promoten, haar unieke kenmerken en identiteit te communiceren en een positief imago op te bouwen.

Gemeentelijk merk

Het gemeentelijk merk is een afgeleide van het stadsmerk dat **focust op de overheidsdiensten en het bestuur**. Hier vindt een onderverdeling plaats van verschillende departementen. Dit merk gebruik je om het vertrouwen en de herkenbaarheid van de stad als bestuurlijke entiteit te vergroten.

Het is ook een **paraplumerk voor de gemeentelijke submerken**. Zo hoort de sporthal bijvoorbeeld bij het gemeentelijk merk sportdienst.

Uitzonderingen: gemeentelijke submerken

Binnen de gemeentelijke merken bestaan enkele uitzonderingen. We spreken dan van gemeentelijke submerken. Deze merken kunnen een onderdeel zijn van het gemeentelijke merk, maar kunnen uitzonderlijk ook een eigen visuele identiteit hebben wanneer ze zich gedragen als een etalagemerken. Bv. Huis van het Kind

Let op: deelgemeenten

- Webbekom
- Kaggevinne
- Molenstede
- Schaffen
- Deurne

Dit zijn prominente locaties binnen de gemeente en worden behandeld als een gemeentelijk merk omdat ze essentieel en structureel onderdeel uitmaken van de stad.

Etalagemerken

Als de gemeente verschillende **projecten of initiatieven** heeft, kunnen daar aparte etalagemerken voor worden gecreëerd. Deze merken worden gebruikt om specifieke projecten te promoten en te identificeren, zoals bv. Culturele evenementen of milieuprojecten, CC Diest, Visit Diest, Relict, Supermercado, ...

Let op, enkel de communicatiedienst bepaalt wanneer een initiatief zich kan gedragen als een etalagemerken. Enkel zij kunnen een afwijking goedkeuren van de stijl zoals voorgeschreven in het hoofdstuk van de gemeentelijke merken.

Partners

Partners zijn **complementaire merken waar de stad mee samenwerkt**. Ze kunnen verschillende entiteiten omvatten die nauw samenwerken met de stad om bepaalde doelstellingen te bereiken. Dit is een mix van zakelijke partners, culturele en educatieve partnermerken, non-profit partnermerken, toeristische merken, ... waarmee samengewerkt wordt.

Deze complementaire merken werken samen met de stad om gemeenschappelijke doelen te bereiken, zoals economische groei, culturele ontwikkeling, sociale vooruitgang, enz. Ze kunnen hun eigen visuele identiteit hebben, maar werken vaak samen met het stadsmerk en andere overheidsmerken om een coherente en samenhangende boodschap uit te dragen.



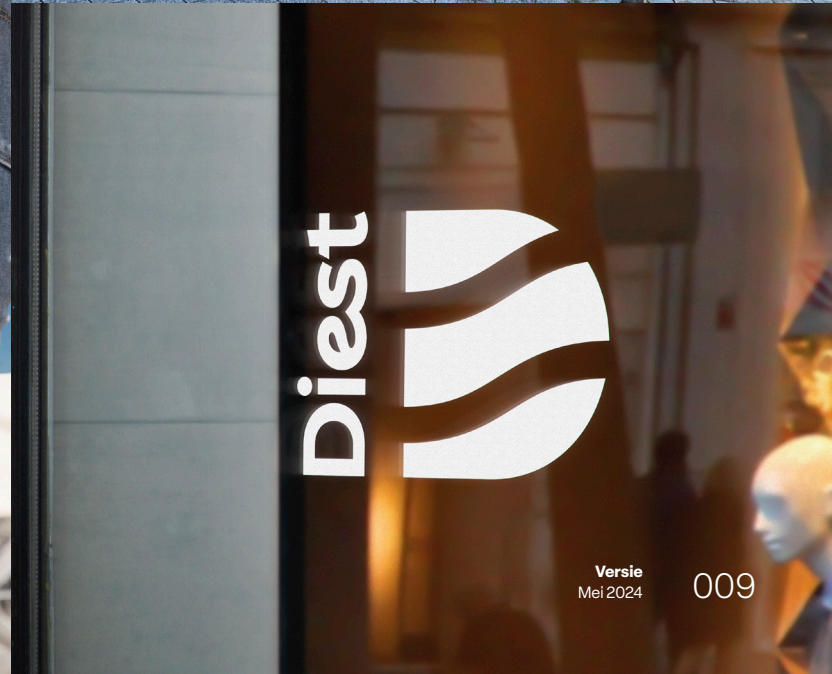
Stijlgids

02

2.1

Stadsmerk

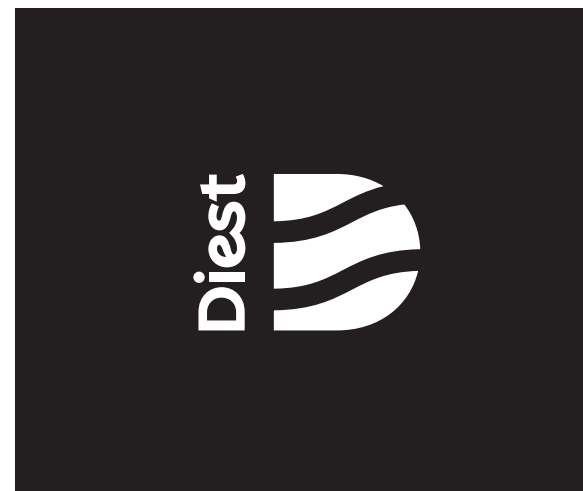




2.1.1 Primair logo



Het primaire logo wordt opgebouwd met een embleem en de vermelding van “Diest”. Er zijn verschillende verschijningsvormen; het logo is sterk genoeg om zowel positief als negatief getoond te worden.



Minimale breedte: **9mm**
Minimale hoogte: **6,2mm**

2.1.2 Secundaire logo's

2.1.2.1 Primair logo in één kleur

Kleurcodes: zie kleurschema p. 15



2.1.2.2 Wordlogo zonder icoon

Kleurcodes: zie kleurschema p. 15

Diest

Diest**Diest****Diest****Diest****Diest****Diest****Diest****Diest**

2.1.2.3 Icoon

Kleurcodes: zie kleurschema p. 15



Minimale breedte: **5,8mm**
Minimale hoogte: **6,2mm**



2.1.3 Don'ts

Het logo is erg veelzijdig en kan op vele manieren worden toegepast. Toch zijn er ook enkele dingen die je zeker niet mag doen.



Draaien zodat het icoon op zijn kop staat en het woordlogo horizontaal, of iets daartussen.



Squeezen

Diest



het woordlogo boven het icoon plaatsen. Deze kunnen wel afzonderlijk van elkaar worden gebruikt, maar als aftekening moet het het primaire logo zijn.



Gradients



Meerdere (brand)kleuren toepassen. Het primaire logo verschijnt steeds in zwarte letters en oranje icoon, òf volledig in dezelfde kleur. Een mix van andere kleuren is dus niet toegestaan.



2.1.4 Kleurenpalet

Hier zie je de bonte verzameling kleuren waarmee je je communicatie levendig en opvallend maakt.

De **primaire kleur** is **oranje**: deze tint gebruik je altijd.

De **andere drie kleuren** zijn bestemd voor secundaire toepassing en nemen een **ondersteunende rol** aan.

PRIMAIR Oranje

CMYK 0 63 100 0
RGB 244 125 32
HEX #f47d20

Pantone Uncoated 151U
Pantone Coated 151C

CMYK 0 75 100 0
RGB 242 101 34
HEX #f26522

Pantone Uncoated 158U
Pantone Coated 158C

SECUNDAIR

Geel

CMYK 0 10 55 0
RGB 255 225 137
HEX #ffe189

Pantone Uncoated 1345U
Pantone Coated 1345C

CMYK 0 20 70 0
RGB 255 205 103
HEX #ffcd67

Pantone Uncoated 141U
Pantone Coated 141C

SECUNDAIR

Groen

CMYK 60 30 45 10
RGB 105 139 132
HEX #698b84

Pantone Uncoated 624U
Pantone Coated 624C

CMYK 70 40 50 10
RGB 86 122 120
HEX #567a78

Pantone Uncoated 625U
Pantone Coated 625C

SECUNDAIR

Lavendel

CMYK 60 40 0 0
RGB 108 140 199
HEX #6c8cc7

Pantone Uncoated 659U
Pantone Coated 659C

CMYK 70 50 0 0
RGB 88 122 188
HEX #587abc

Pantone Uncoated 660U
Pantone Coated 660C

Zwart

Wit

2.1.5 Lettertype

Elza

Elza is een zeer uitgebreide familie die veel mogelijkheden biedt naar contrasten binnen de typografie. Afhankelijk van de drager wordt gekozen voor Light/Regular/Bold/Black. De overige (tussen)gewichten worden bijna nooit gebruikt.

ELZA THIN

ELZA THIN OBLIQUE

ELZA EXTRALIGHT

ELZA THIN EXTRALIGHT

ELZA LIGHT

ELZA LIGHT OBLIQUE

ELZA REGULAR

ELZA OBLIQUE

ELZA MEDIUM

ELZA MEDIUM OBLIQUE

ELZA SEMIBOLD

ELZA SEMIBOLD OBLIQUE

ELZA BOLD

ELZA BOLD OBLIQUE

ELZA BLACK

ELZA BLACK OBLIQUE



Activeer **Elza**
op fonts.adobe.com

Aa

Aa

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

ELZA LIGHT

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

ELZA BOLD

Fallback/Microsoft Office lettertype

In het geval dat het gebruik van Elza niet mogelijk is, of bijvoorbeeld bij Microsoft Office toepassingen zoals powerpoint, kiezen we voor een standaard systeemfont: **Arial**.

Arial Regular
Arial Italic
Arial Bold
Arial Bold Italic

2.1.6 Grafische elementen

2.1.6.1 Dubbele bogen

De belangrijkste grafische elementen zijn de **dubbele bogen**. Door deze bogen op bepaalde manieren toe te passen of te combineren zijn er een aantal grafische patronen en stijlen ontstaan waar we heel creatief mee aan de slag kunnen.



2.1.6.2 Herhalend/golvend patroon



Door de dubbele bogen te combineren ontstaat er een golvend lijnenspel dat als patroon kan worden gebruikt. In 99% van de gevallen worden de bogen in de donkere tint op een gekleurde achtergrond gebruikt (in één van de 4 kleuren: oranje, geel, blauw of groen).



2.1.6.3 'D'-foto's

Er zijn verschillende 'D'-foto's beschikbaar met/voor verschillende onderwerpen. Indien gewenst kunnen er extra beelden worden toegevoegd aan de reeks.

Let op !! Niet elk beeld leent zich ertoe om binnen de 'D' gebruikt te worden, hier moet een secure selectie voor gemaakt worden. De compositie en kadrage van het beeld spelen een grote rol bij het 'uitsnijden' en 'overlappen' buiten de bogen.



Foto: Belle Fleur



Foto: De Bierproever



Foto: Varken (Schaffen)



Foto: Sint-Sulpitiuskerk

Foto: advertentieshoot
Diest Socks

Foto: Filips-Willem



Foto: Bron: Freepik



Foto: © Lander Loeckx



Foto: Bron: Freepik



Foto: Bron: Freepik



Foto: Supermercado



Foto: Bron: Pexels

2.1.6.4 Negatieve ruimte onder onderste boog

In de verschillende keyvisuals wordt gebruik gemaakt van zowel fotografische als grafische materialen. De foto's tekenen we af door de negatieve ruimte onder de onderste boog 'in te kleuren' en het icoon er in het klein bij op te plaatsen.



2.1.6.5 Icoon 'D' en woordlogo 'Diest'

Zowel het icoon 'D' en het woordlogo 'Diest' (verticaal) kan als grafisch element worden toegepast.



Voorbeeld a.d.h.v. een keyvisual



2.2

Gemeentelijk merk



Stad Diest

Stadhuis
Grote Markt 1
B-3290 Diest
013 31 21 21
info@diest.be
www.diest.be

Stay Wild
Designkils BVBA
Peetersstraat 19
3290 Diest

25 september 2023

Koning Albertstraat 6 weken afgesloten voor doorgaand verkeer

Beste bewoner, handelaar

Om de heraanleg van de voetpaden in de Koning Albertstraat veilig en vlot te laten verlopen, zijn we genoodzaakt om de straat tijdelijk af te sluiten voor doorgaand verkeer vanaf woensdag 27 september op wekdagen geen doorgang zijn voor auto's en fietsers tijdens de werkuren, **telkens van 7 tot 16u**. Enkel voetgangers, fietsers met de fiets aan de hand en het werkverkeer zal toegang hebben tot de Albertstraat. De werken duren ongeveer 6 weken, bij goede weersomstandigheden.

Woningen en handelaars blijven bereikbaar

Om de heraanleg van de voetpaden in de Koning Albertstraat veilig en vlot te laten verlopen, zijn we genoodzaakt om de straat tijdelijk af te sluiten voor doorgaand verkeer vanaf woensdag 27 september op wekdagen geen doorgang zijn voor auto's en fietsers tijdens de werkuren, **telkens van 7 tot 16u**. Enkel voetgangers, fietsers met de fiets aan de hand en het werkverkeer zal toegang hebben tot de Albertstraat. De werken duren ongeveer 6 weken, bij goede weersomstandigheden.



Jeugd in Diest



Stad Diest
Brand Manual



Versie
Mei 2024

2.2.1

Toepassing

Daar waar het **stadsmark eerder uitbundig en creatief** uit de hoek kan komen, blijven we voor de **gemeentelijke merken** eerder **zakelijk en gereserveerd**. Deze zaken betreffen (meestal) officiële stadscommunicatie dus deze moet een zekere **geloofwaardigheid** en **professionele uitstraling** hebben. Om dat te bereiken beperken we ons tot 3 essentiële elementen:

1. Het primaire logo
2. De dubbele bogen
3. De oranje kleur

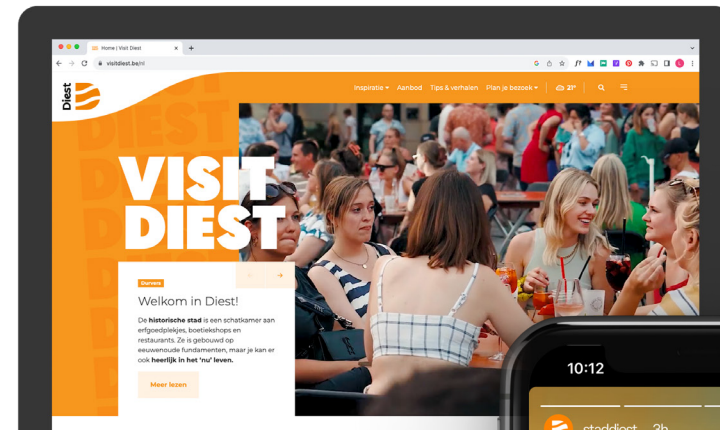
Let op !! Dit wil niet zeggen dat er occasioneel eens geen toepassing van bijvoorbeeld het golvend patroon of een andere kleur kan worden gebruikt, maar dat moet dan in elke situatie afzonderlijk geëvalueerd worden of dit afbreuk doet aan de geloofwaardigheid en het zakelijke karakter van de stad.

(Bv. een ontslagbrief hoeft geen uitbundige of felgekleurde elementen te bevatten gezien de context die deze brief met zich meebrengt.)



2.3

Etalage- merken



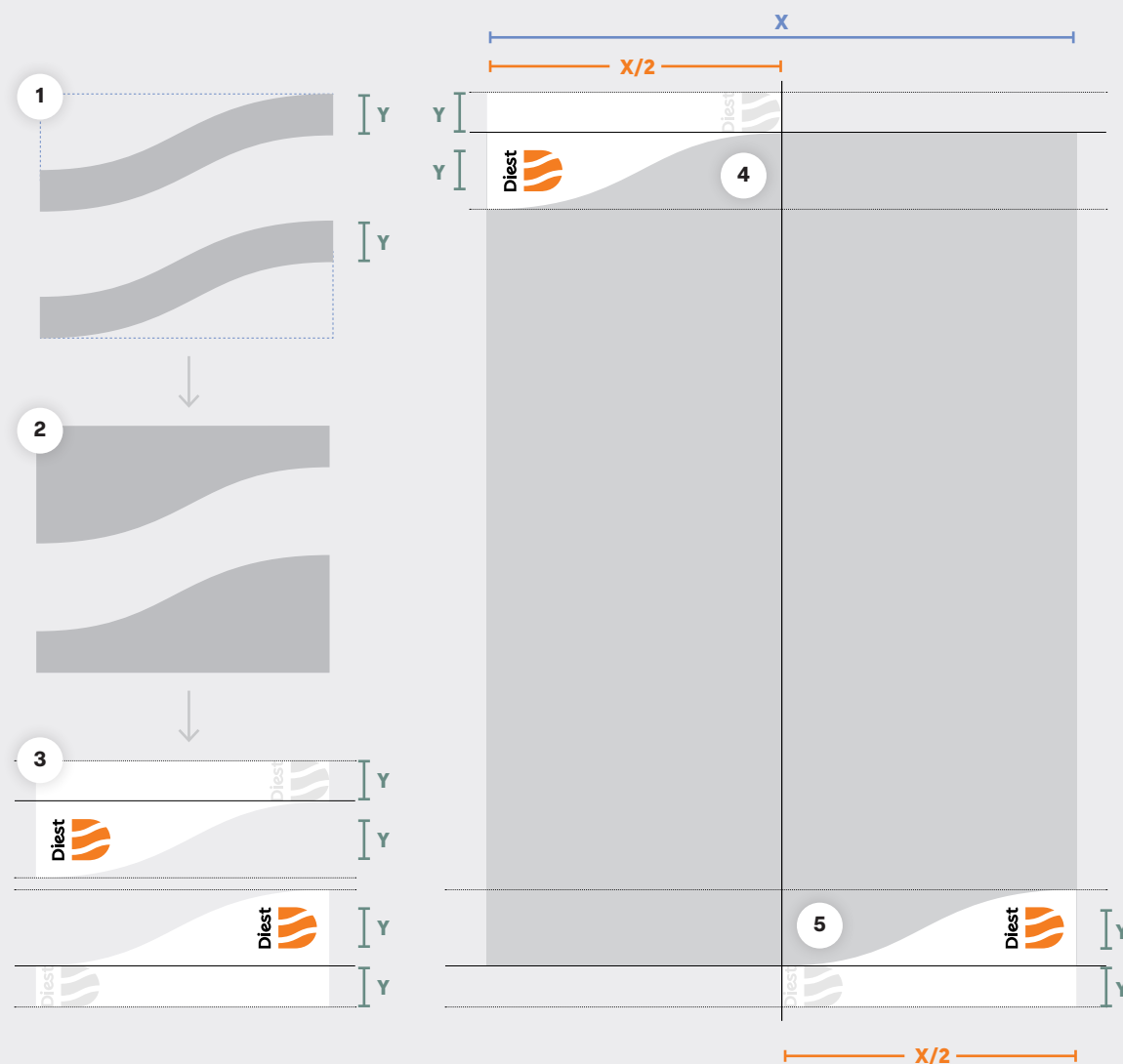
2.3.1 Aftekening

2.3.1.1 Aftekening print/digitale toepassingen

Voor het opmaken van de aftekening voor de etalagemerken worden ook hier weer de dubbele bogen als basis genomen **(1)**. Door de negatieve ruimte boven de bovenste boog en de negatieve ruimte onder de onderste boog uit te vullen, krijgen we een golvend vlak **(2)**. Dit golvend vlak krijgt een witte kleur. Hierop positioneren we dan het primaire logo **(3)**. De grootte van het primaire logo wordt bepaald door de dikte van de bogen waarvan we vertrokken zijn **(Y)**.

Het witte vlak met het primaire logo wordt dan ofwel in de linkerbovenhoek **(4)** ofwel de rechterbenedenhoek **(5)** geplaatst. We positioneren het vlak zo, zodat de **(Y) hoogte** van het te bedrukken oppervlak valt. Zo krijgen we een rechthoekige driehoek (linksboven of rechtsonder) waar de schuine zijde de golvende lijn is. De grootte van onze 'driehoek' met logo wordt bepaald door de kortste zijde **(X)** van het formaat waarop de aftekening wordt geplaatst. We nemen deze lengte en delen hem door twee **(X/2)**. Dit is ons eindformaat van onze aftekening.

Indien er afloop moet worden voorzien mag de witte driehoek langs links/recht, boven/onder worden 'aangevuld' met extra wit **(6)**. Zo blijft onze originele vorm en verhouding op elke toepassing hetzelfde.



2.3.1.2 Liggende formaten

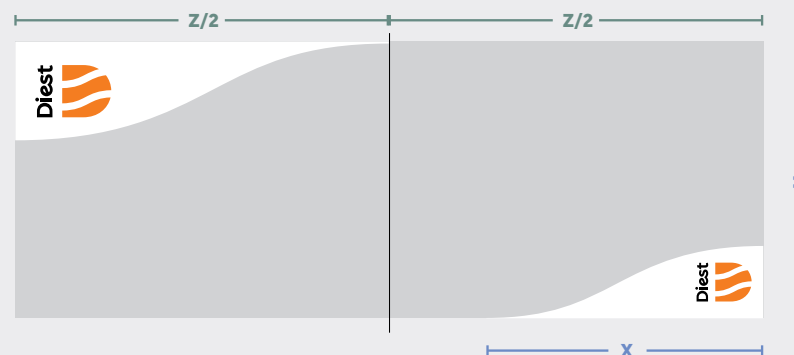
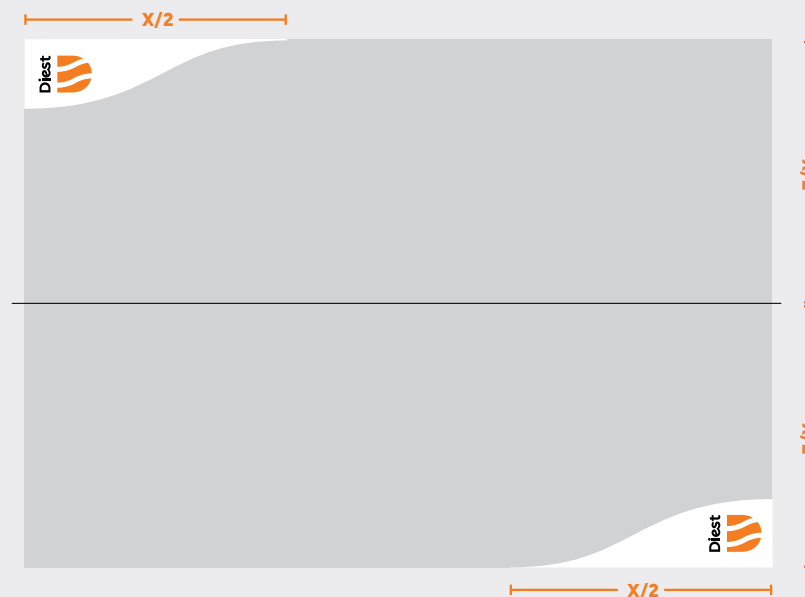
Zoals op de vorige pagina werd uitgelegd, wordt de grootte van onze 'driehoek' met logo bepaald door de kortste zijde van het formaat waarop de aftekening wordt geplaatst. We nemen deze lengte en delen hem door twee ($X/2$).

Voor **liggende formaten** geldt deze regel ook, m  r kan eventueel ook het volgende in geval de verhouding van het vlak te ver afwijkt van de standaard DIN A-formaten (A5, A4, A3, ...) (bv. Nadar-banner):

1. De lengte van de lange zijde/2 ($Z/2$)
2. De totale lengte van de korte zijde (X)

In beide gevallen moet er met een kritisch oog gekeken worden naar welke 'regel' de voorkeur heeft.

Let op !! Deze richtlijnen staan niet 100% vast. Indien er een goede reden is en als het bijdraagt aan de communicatieve waarde van het geheel, mag er van de regel worden afgeweken. Dit moet dan worden afgestemd met de communicatiedienst.



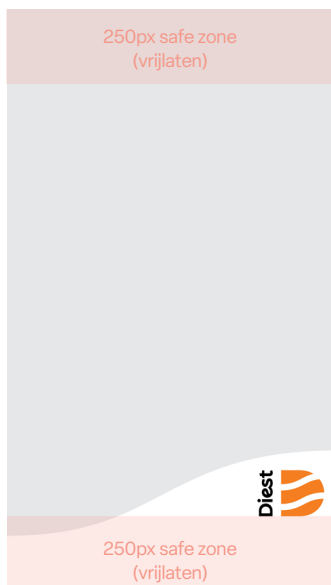
2.3.1.3 Uitzondering: social stories

Zoals twee pagina's geleden werd uitgelegd, wordt de grootte van onze 'driehoek' met logo bepaald door de kortste zijde (X) van het formaat waarop de aftekening wordt geplaatst. We nemen deze lengte en delen hem door twee (X/2).

Voor **social stories** geldt deze regel niet. Hier wordt de aftekening **over de volledige breedte van het scherm** geplaatst. Voorlopig gebruiken we de aftekening ook **enkel langs de onderkant**.

Disclaimer 'safe zone': Instagram en Facebook raden aan om rekening te houden met de 250px 'safe zone' (boven en onder) die nodig is om de correcte weergave op alle verschillende toestellen te garanderen. Niet elke smartphone heeft dezelfde interface waardoor een beeld niet op elke smartphone hetzelfde wordt weergegeven. De *safe zone* zorgt ervoor dat er geen belangrijke onderdelen van je story of advertentie bedekt worden door andere interface-elementen zoals bijvoorbeeld

knoppen of reactievensters. Dit is echter een richtlijn, geen regel, dus je kan er ook voor kiezen om deze niet toe te passen. Indien ze wel wordt toegepast, vullen we de ruimte onder onze driehoek binnen die *safe zone* uit met wit.



2.4

Partners



MA 20/02	DI 21/02	WOE 22/02	DO 23/02	VRIJ 24/02
WADIST?	DASH	CONNECT YOURSELF	ICAN	WADIST?
Citadel	Citadel	nog te bepalen	Citadel	Citadel
13u tot 16u	13u tot 17u	nog te bepalen	13u tot 17u	13u tot 16u
Sport en spel	Groepsvorming (enkel voor DASH)	Groepsvorming (enkel voor jongeren van Connect Yourself)	Groepsvorming (enkel voor ICAN)	Sport en spel

MA 20/02 SharpLink ARKTOS
 nog te bepalen
 nog te bepalen
 nog te bepalen
 Kookactiviteit

DI 21/02
 Den Egger Scherpenheuvel
 15u45 tot 18u45

CONTACT:
 Sander Haesen (Arktos Diest)
 shaesen@arktos.be - 0474 54 39 04
 Insta: sanderarktos - FB: Sander Arktos
 teamdiest@arktos.be

Bo Vandevelde (Arktos Scherpenheuvel - SharpLink)
 bvandevelde@arktos.be - 0472 19 06 62
 Insta: bo_arktos - FB: Bo Arktos
 teamdiest@arktos.be

Glasblazerstraat 57 - 3000 Leuven - 016 23 80 07
 vlaamsbrabant@arktos.be - www.arktos.be

2.4.1 Logo

Indien de stad als partner van iets fungeert, wordt het primaire logo als aftekening gebruikt. Deze kan echter in verschillende verschijningsvormen voorkomen:

- In de hoofdkleuren oranje/zwart (1)
- Volledig in zwart, wit of één van de huisstijlkleuren (zie secundaire logo's)
- In een kleur gerelateerd aan de stijl waarop het geplaatst wordt (2)



DaDiest,

voorlopig...



Stay Wild
www.staywild.be

Volg ons



@staddiest