

GO!

**Wij
bereiken
meer**

RICHTLIJNEN VISUELE IDENTITEIT
SCHOLEN, CENTRA EN SCHOLEN-
GROEPEN - VOORJAAR 2024

01	Intro	3
	Filosofie van onze stijl	
	Wij bereiken meer	
02	Merkelementen	6
	Logo & baseline	
	Redactionele huisstijl	
	Kleuren	
	Lettertype	
	Beeldtaal	
	Patronen, pad & grid	
03	Uitwerkingen	33



01
Intro

Filosofie van onze stijl

Het GO! staat voor kwalitatief en toekomstgericht onderwijs en dat vraagt om een gepaste uitstraling. Om de kernboodschappen van het GO! bevattelijk uit te dragen, was er nood aan een eenduidige merkstijl.

We kozen niet voor een totale make-over van de huisstijl, maar wel voor een frisse, zichtbare merkcampagne die door elke GO! school mee uitgedragen zal worden. Het GO! merk en een nieuwe baseline krijgen daarin een prominente plaats.



Wij bereiken meer

Kwaliteitsvol onderwijs voor iedereen is de missie van het GO! (Gemeenschapsonderwijs) op ruim 1.000 plaatsen in Vlaanderen en Brussel. Meer dan 40.000 medewerkers van het GO! dragen kennis over aan 340.000 leerlingen en cursisten en helpen hen zich te ontplooien tot actieve en positief kritische burgers. Iedereen krijgt daarbij gelijke kansen om talenten te ontwikkelen en te excelleren. Zo bereiken we meer.

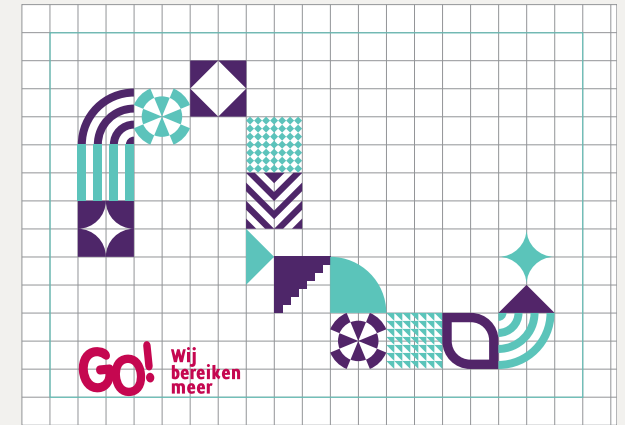


02 Merkelementen

onze bouwstenen

Een eigentijdse vormtaal

Om onze nieuwe pijler 'excelleren' invulling te geven ontwikkelden we een vormtaal op maat die gestalte geeft aan wie we zijn en welke ambities we hebben. Geen revolutie, maar een evolutie.



Wij bereiken meer.

Dat is het GO! effect.

logo en baseline

Het GO! beeldmerk blijft onveranderd behouden en zal voortaan standaard gebruikt worden zonder het epitheton 'onderwijs van de Vlaamse Gemeenschap'. Het is sterk genoeg geworden om op zichzelf te staan. We spreken dus over 'het GO!'. Wanneer je in teksten of mondeling toch verduidelijking wenst te geven, dan zeggen we 'GO!, het gemeenschapsonderwijs'. (De uitspraak blijft 'gee-oo')

A large, bold, magenta-colored 'GO!' logo is centered in the upper half of the page. The letters are thick and rounded, with a prominent exclamation mark.

MERKELEMENTEN

logo en baseline

Het GO! logo is inzetbaar op alle dragers. De stijl die je kiest, is afhankelijk van de omgeving waarin het logo verschijnt. Om ervoor te zorgen dat de weergave van het logo steeds zo optimaal mogelijk is binnen de context, zijn er verschillende versies van het logo voorzien.

Het logo mag enkel gebruikt worden in magenta, wit of zwart. Om de GO! stijl beter te laten aansluiten bij je eigen huisstijl kan je het logo ook gebruiken in de donkerste kleur uit jouw eigen kleurenpalet.



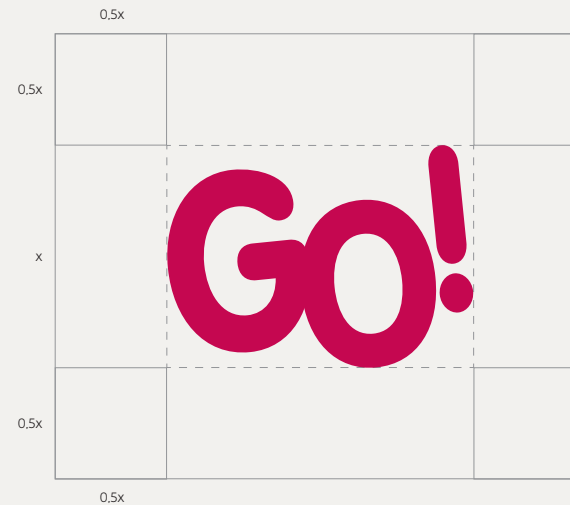
logo en baseline

Koester witruimte

Zorg steeds voor voldoende vrije ruimte rondom het GO! logo om de integriteit en visuele impact ervan te behouden.

Gebruik daarom steeds de verhoudingen zoals in de figuur hiernaast weergegeven.

De vrije ruimte rond het logo is een integraal onderdeel van het ontwerp en zorgt ervoor dat het logo snel zichtbaar is en niet gehinderd wordt door andere logo's, symbolen, illustraties of tekst. Hierdoor worden de leesbaarheid en herkenbaarheid van het logo vergroot en wordt het een krachtig en effectief merkidentificatiemiddel.



logo en baseline

Minimale grootte

Respecteer de minimale grootte van het ontwerp om de leesbaarheid van het logo en de baseline te garanderen.

Moet je het logo sterk verkleinen? Dan komt de leesbaarheid van de baseline in het gedrang. Gebruik in dat geval een variant zonder de baseline.

Op de minimale grootte worden geen uitzonderingen gemaakt!

Print



30 mm



10 mm

Web



130 px

MERKELEMENTEN

logo en baseline

Met nadruk op onze baseline

De baseline 'Wij bereiken meer' kan ook los van het logo gebruikt worden. Op deze manier kunnen we in onze communicatie onze baseline visueel uitspelen en benadrukken. We maken hier ook gebruik van onze vormtaal om consistentie en herkenning te vrijwaren.



logo en baseline

Alternatieve versie

Om voldoende differentiatie te behouden in onze communicatie kan er gewerkt worden met een alternatieve versie van het GO! logo en de baseline (bv in campagnes). Zowel het logo als de baseline plaatsen we in een vlak zoals weergegeven in het voorbeeld hiernaast.



MERKELEMENTEN

logo en baseline

Alternatieve versie



redactionele huisstijl

In samenstellingen wordt er geen koppelteken gebruikt. vb "Ik ga naar een GO! school", "Dat is het GO! effect". Ook in de naamgeving van scholen waar GO! in staat hoeft geen koppelteken gezet te worden. Vb "GO! basisschool De Kameleon", "GO! atheneum De Brug".

Schrijfwijze bij samenstellingen:

"Ik ga naar een GO! school."

Schrijfwijze zonder een koppelteken bij de naamgeving van scholen:

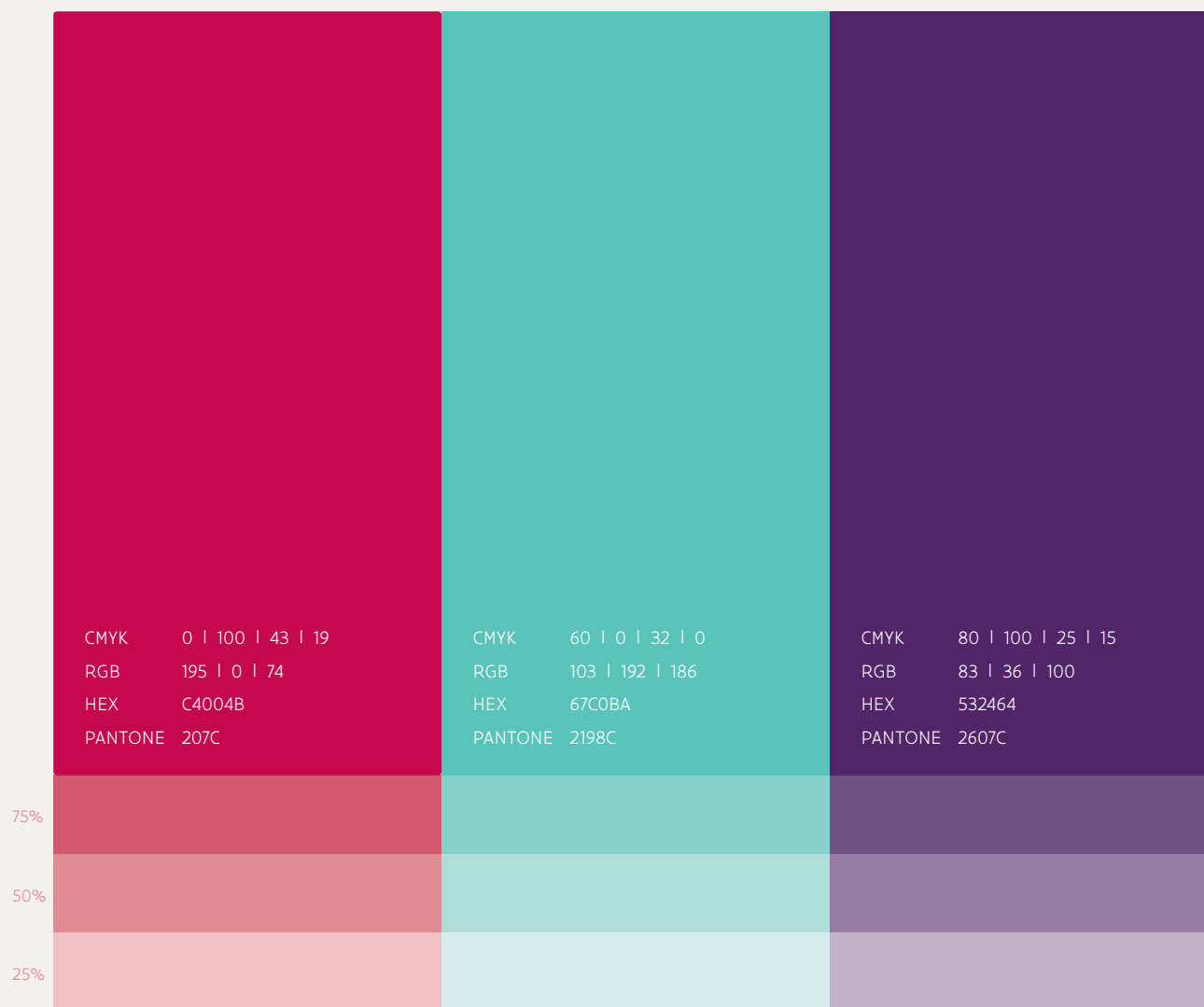
GO! basisschool De Kameleon

GO! atheneum De Brug

kleuren

Set the mood with color

Kleuren roepen gevoelens op. Wij zeggen "samen bereiken we meer". De primaire GO! kleuren dienen als een fundamenteel palet binnen de visuele identiteit. Het consequent gebruik van deze kleuren draagt bij aan de merkherkenning van GO!.



lettertype

Volgens de Vlaamse huisstijl

We maken gebruik van het lettertype Flanders. Dit in al zijn vormen en volgens de richtlijnen van de Vlaamse Overheid.

Flanders Art Sans Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz
0123456789?!,.@#&**

Flanders Art Sans Regular

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

Flanders Art Sans Condensed Regular

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

Flanders Art Serif Regular

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

lettertype

titels: Flanders Art Sans Bold

Wij bereiken meer.

subtitels: Flanders Art Sans Condensed Regular

Dat is het GO! effect.

body tekst: Flanders Art Sans Regular

Het GO! kiest ervoor om zijn memoranda te laten groeien vanuit de praktijk. Onderwijsprofessionals, leerlingen en ouders beslissen dus mee wat erin komt te staan.

quotes: Flanders Art Serif Regular

“Het GO! kiest ervoor om zijn memoranda te laten groeien vanuit de praktijk.”

lettertype

Voor toepassingen waar het gebruik van de officiële fonts niet mogelijk is, raden we aan om het font Calibri te gebruiken.

Calibri Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz
0123456789?!,.@#&

Calibri Regular

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

Calibri Light

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

Calibri Italic

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789?!,.@#&

beeldtaal

Authentiek

Het is belangrijk dat je de directe GO! stijl van de afbeeldingen probeert te volgen: de afgebeelde personen stralen een open en positieve houding uit. Plaats liever geen foto dan een slechte.

Bij de keuze van foto's let je er het best op dat:

- de belichting en kleurtonen goed zitten;
- er telkens maar 1 tot 3 personen op de voorgrond staan en dat de achtergrond 'flou' is;
- de personen in de camera kijken;
- de foto's actie en dynamiek uitstralen in een positieve sfeer (bv. een lachende, enthousiaste persoon);
- er een goed contrast is op de foto, onder andere door kledij;
- de foto niet artificieel of 'geposeerd' is.

Fotografeer je toch personen stilstaand, maak dan een close-up en snijd het beeld kort af. Dat maakt het beeld sterk en indrukwekkend.



MERKELEMENTEN

beeldtaal



patronen, pad en grid

Verschillende vormen

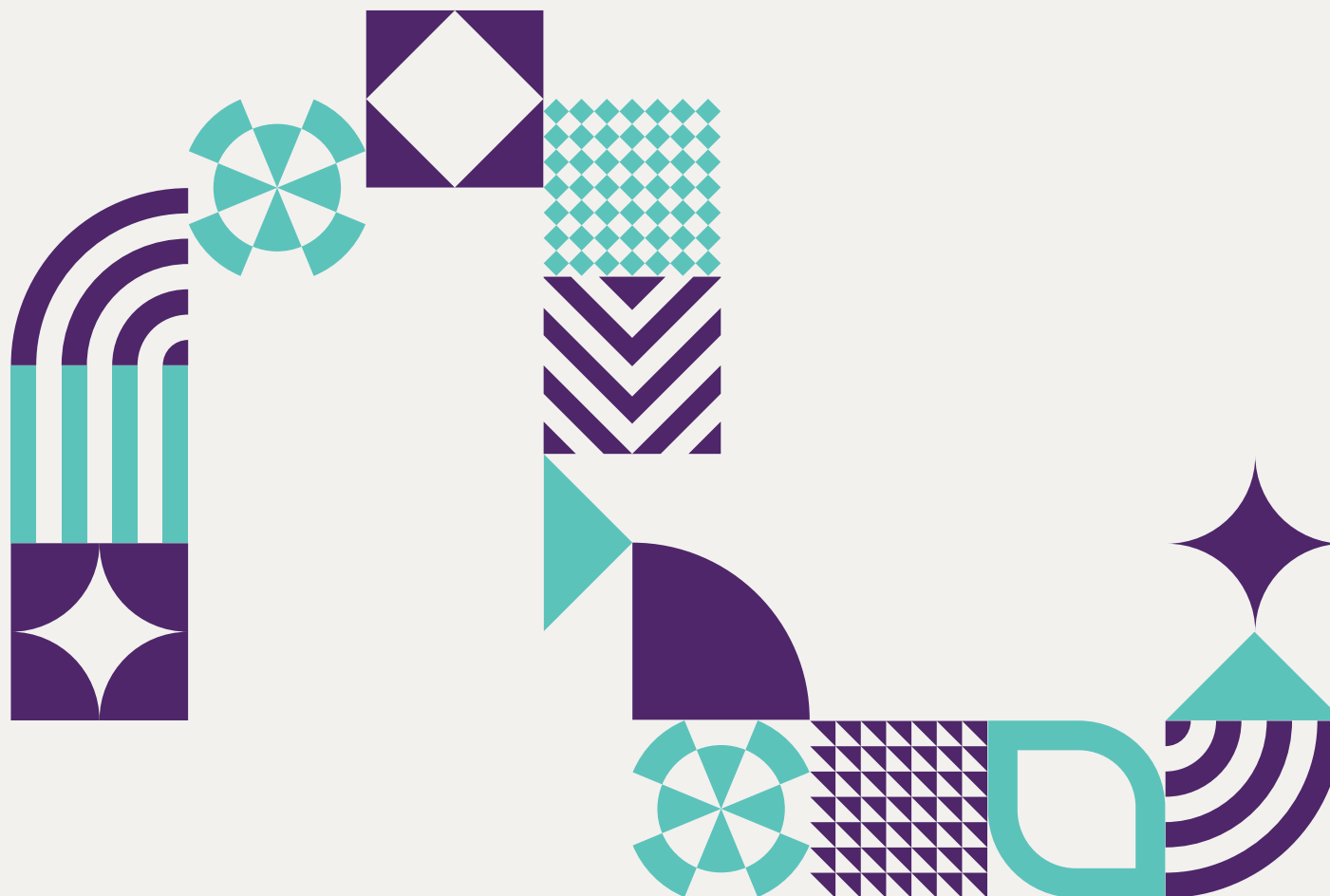
Als visueel grafisch element in onze identiteit waarin we de nadruk willen leggen op "samen bereiken we meer", gebruiken we verschillende vormen die samen een pad afleggen.



patronen, pad en grid

Het pad

Dit pad kan heel kort zijn, maar kan ook een pad zijn waar je soms een stapje terug moet zetten om daarna weer een mooie sprong voorwaarts te maken. Dit pad geeft heel wat variatiemogelijkheden.



patronen, pad en grid

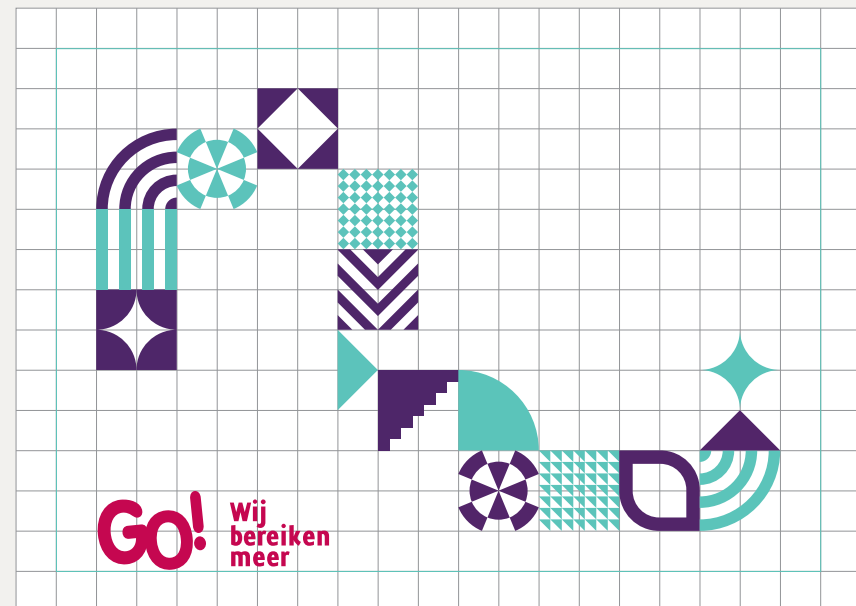
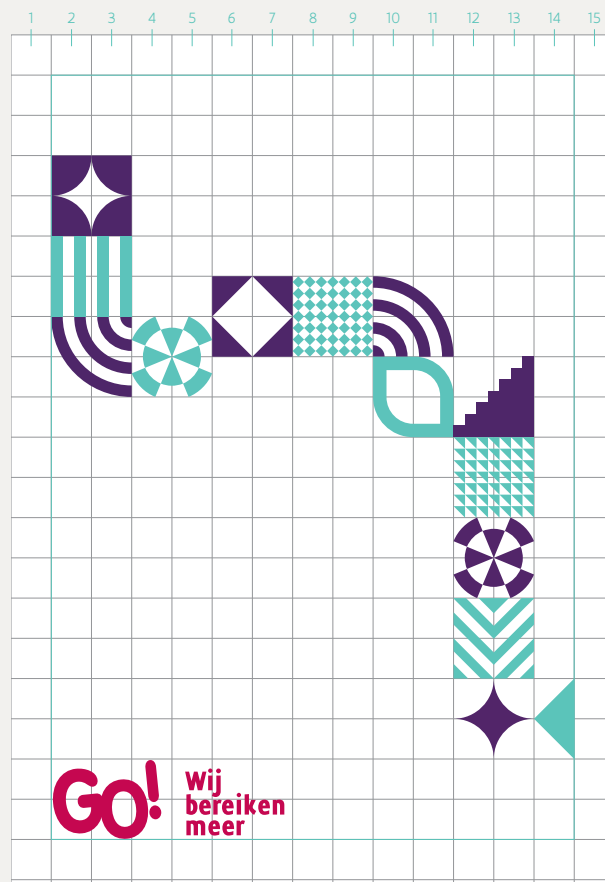
Het grid

Om onze opmaak in goede banen te leiden, maken we gebruik van een raster van vierkantjes. Een grid dat voor elk document op een DIN-formaat (A3, A4, A5, ...) werkt. We stellen het grid in op basis van de volgende formule: deel de breedte van de kortste zijde door vijftien. Bij een document op DIN-formaat ontstaat een raster zoals hiernaast afgebeeld.

Onze zetspiegel ontstaat door één gridvakje rondom als marge toe te passen. We zien wel dat het grid onderaan afloopt met een kleine restruimte – hier gemarkeerd. Deze nemen we niet mee om de marge rondomrond te bepalen.

Formule

A4 voorbeeld:
Rasterlijn: $(210/15\text{mm} = 14\text{ mm})$



patronen, pad en grid

Het pad

Je kan het pad gebruiken op een kleurvlak of een beeld. Maar je kan ook combinaties maken waar de vormen kunnen vergroot worden. Of zelfs in combinatie met beelden. Op die manier krijgen we een spel van elementen die ons toelaten om de verschillende doelgroepen aan te spreken.



MERKELEMENTEN

patronen, pad en grid

Pad

We kunnen inzoomen en het pad
groter gebruiken.



03 Uitwerkingen

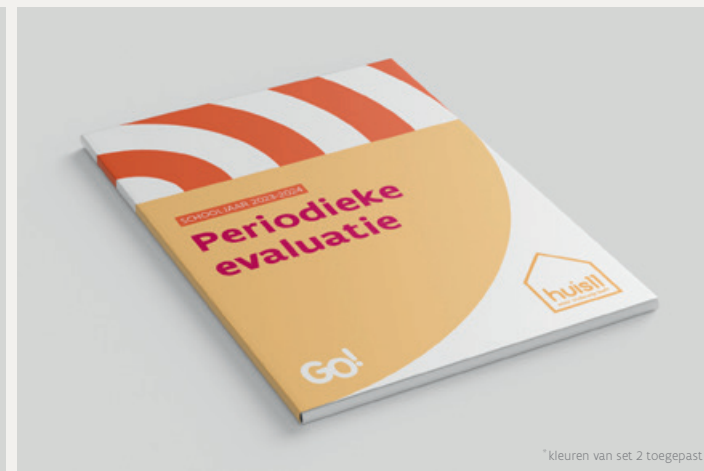


GO! map

GO! logo

Het GO! logo moet op alle materialen aanwezig zijn, gebruik bij voorkeur het logo zonder baseline om de leesbaarheid te garanderen. Plaats het GO! logo waar mogelijk in een hoek.

Het GO! logo mag met of zonder achtergrondvlak gebruikt worden, in functie wat het mooiste past bij je ontwerp. Zorg steeds voor voldoende contrast met de achtergrond. Zowel het achtergrondvlak als het woordmerk GO! mogen enkel in het magenta, wit of in de donkerste kleur uit je eigen kleurpalet gebruikt worden.”



* kleuren van set 2 toegepast



* kleuren van set 3 toegepast

UITWERKINGEN

GO! billboard



UITWERKINGEN

GO! billboard



UITWERKINGEN

GO! billboard



UITWERKINGEN

GO! roll-up



UITWERKINGEN

GO! roll-up



UITWERKINGEN

GO! roll-up



UITWERKINGEN

GO! affiche



UITWERKINGEN

GO! affiche



UITWERKINGEN

GO! affiche



GO! socials


GO! Het Leercollectief
 Gesponsord

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam, occullat od ut autas quam at la sape prepudi.

**Sandelabo
luptate est
umnimintur**

Kom naar onze
opendeurdag op
20.04.'24

**Het
leercollectief.**

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam.
www.hetleercollectief.be

 Vind ik leuk
  Opmerking plaatsen
  Delen


Huis11
 Gesponsord

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam, occullat od ut autas quam at la sape prepudi.

**Sandelabo
luptate est
umnimintur**

Kom naar onze
opendeurdag op
20.04.'24

huis11
 voor iedereen

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam.
www.huis11.be

 Vind ik leuk
  Opmerking plaatsen
  Delen


De Nova Kids
 Gesponsord

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam, occullat od ut autas quam at la sape prepudi.

Gia doluptaeped qui
desecaestiis a plibeatur.

**Sandelabo
luptate est
umnimintur**

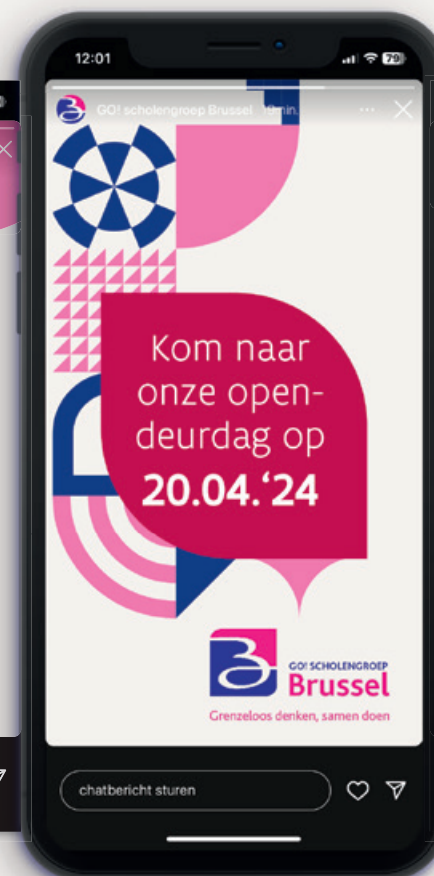
**nova
kids**

Qui opta quid quas ut a perum verum experiam.
www.denovakids.school

 Vind ik leuk
  Opmerking plaatsen
  Delen

UITWERKINGEN

GO! socials



UITWERKINGEN

GO! socials



UITWERKINGEN

GO! socials

