

Brand guide

“Klaar voor de toekomst.
Want de toekomst, die
ziet er blauw uit.”



MERKIDENTITEIT	-	03
VISUELE RICHTLIJNEN	-	04
KLEUREN	-	05
LOGO	-	06
BEELDMERK	-	07
TYPOGRAFIE	-	10
ICONEN	-	11
FOTOGRAFIE	-	12
SOCIAL MEDIA	-	15
OFFLINE	-	18

Dit is onze brand guide.

Hierin vind je alle designelementen, regels en richtlijnen die samen de coherente visuele identiteit van 4blue vormen. Deze handleiding is bedoeld voor intern gebruik.





Tone of voice

Samenwerken, vakkundigheid en enthousiasme kenmerken ons.

Bij 4blue faciliteren we de installatiesector in de transitie naar duurzame elektriciteitsvoorziening met zonnestroom. Hoe? Door het aanbieden van commerciële- en technische service, maar ook een zorgvuldig uitgekozen assortiment dat voor een uitstekende beschikbaarheid en een hoog kennisniveau zorgt. Middels deze combinatie van kennis, ervaring en gedrevenheid bieden we altijd de beste oplossingen voor zonnestroomsystemen.

We zijn een full service groothandel. Dit betekent dat we de klant volledig ontzorgen. Samenwerken staat daarbij voorop. Wij gaan voor langdurige partnerships waarbij we naast de klant. Met als resultaat dat we met elkaar tot een succes komen.



Archetype

De juiste bondgenoot is van onschatbare waarde.

We identificeren onszelf als merkarchetype Ally. Dit staat voor bondgenootschap en is 'iemand' die het succes van de klant altijd boven zijn eigen eer en glorie zet. Gedreven door de behoefte om anderen te beschermen en voor hen te zorgen. Kortom, 4blue gaat door het vuur voor de klant.

Tone of voice

We zijn vriendelijk, enthousiast en duidelijk.

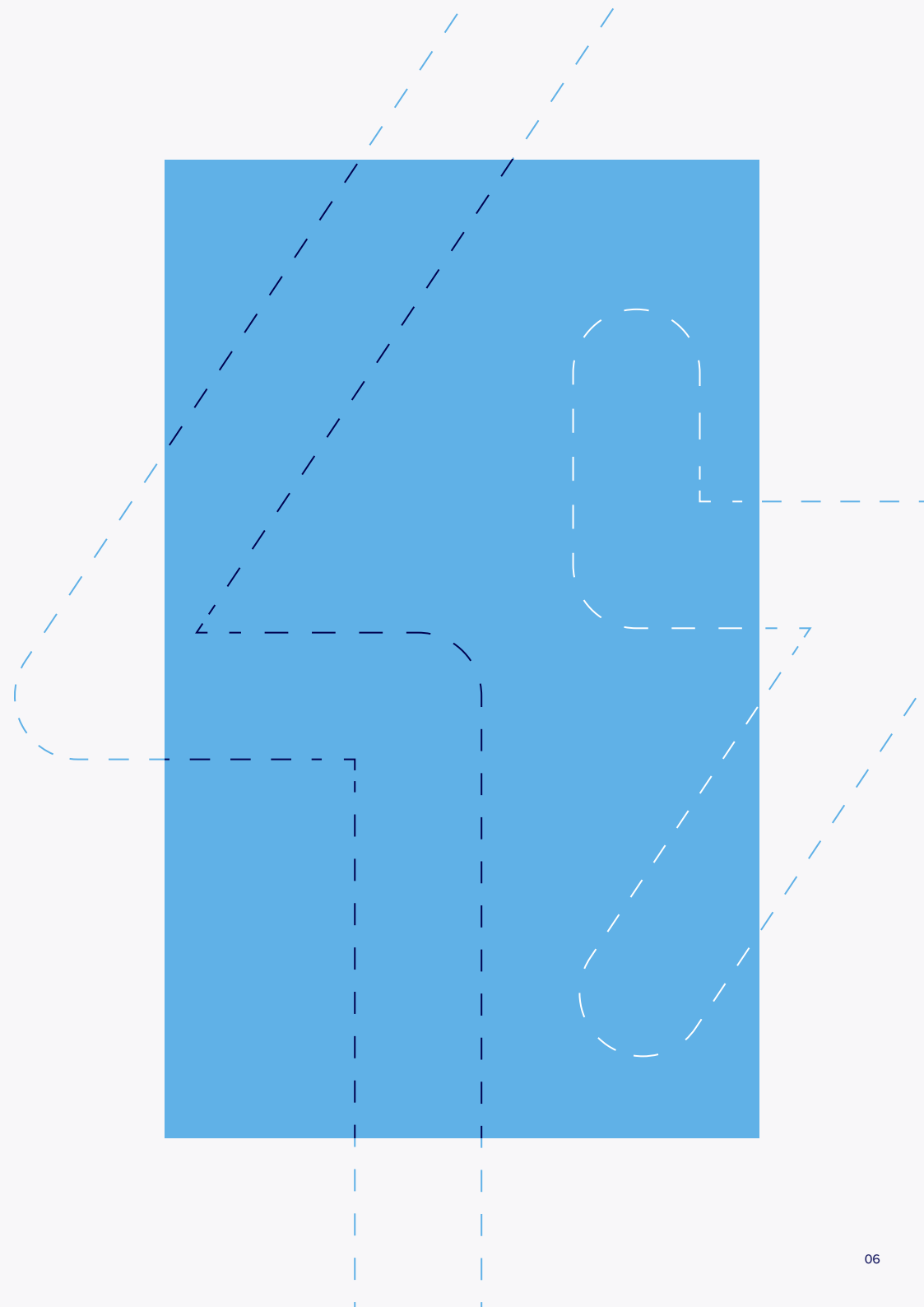
Onze tone of voice is daarnaast openhartig en geduldig. We zijn servicegericht en zorgen ervoor dat onze klanten zich gehoord en geholpen voelen. In alles, waaronder ook ons taalgebruik, stralen we een hoge mate van vakkundigheid, professionaliteit en gedrevenheid uit.



Visuele richtlijnen

Onze richtlijnen vormen de basis voor de visuele identiteit van 4blue.

Deze dienen te allen tijde zorgvuldig aangehouden te worden, zodat er consistentie en herkenbaarheid ontstaat. Indien er uitzonderingen zijn, wordt dit per onderwerp expliciet aangegeven.



Visuele richtlijnen

Onze blauwe kleuren zorgen voor betrouwbaarheid, eenheid en herkenbaarheid.

Ons basis kleurenpalet bestaat uit een combinatie van drie verschillende tinten blauw. Hierbij fungeert donkerblauw als de primaire kleur. De lichtere kleuren blauw zijn de secundaire kleuren.

Met grijs en wit voegen we extra contrast toe, om het geheel meer diepte, kalmtte en gelaagdheid te geven. Groen en geel dienen als accentkleuren en hebben een activerende werking.

4blue Dark

CYMK 100 93 37 45
PMS 276 C
RGB 0 3 81
HEX #000351

4blue Light

CYMK 57 16 0 0
PMS 2915 U
RGB 97 177 231
HEX #60b1e7

4blue Mid

CYMK 92 71 1 0
PMS 293 U
RGB 33 90 168
HEX #215AA8

4blue Grey

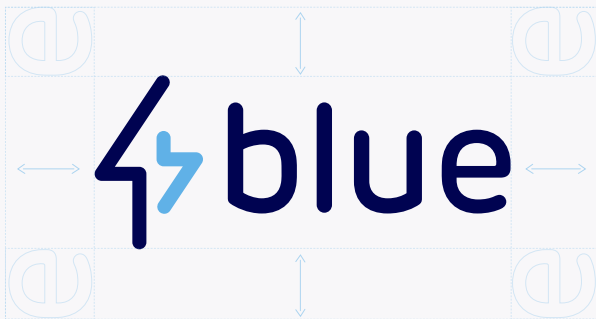
CYMK 3 3 2 0
PMS Cool Gray 1 C
RGB 248 247 249
HEX #f8f7f9

4blue Green

CYMK 68 0 74 0
PMS 7730 C
RGB 0 208 122
HEX #00DA7A

4blue Yellow

CYMK 0 4 72 0
PMS 106 U
RGB 255 234 103
HEX #ffEA67



De wit marge rond het logo dient ten alle tijde gerespecteerd te worden.

Logo

Energie, stroom en zonnepanelen.

Ons logo bestaat uit twee 'losse' visuele elementen: een bliksemschicht, dat zowel 'energie' als 'stroom' symboliseert en het (abstracte) dak van een woning mét zonnepaneel, dit is immers wat 4blue doet. Samen vormen zij de '4' van 4blue. Daarnaast wordt het resterende deel van onze merknaam altijd in volledigheid uitgeschreven.



Vanzelfsprekend geldt dat ons logo altijd de herkenbare, primaire kleur blauw bevat. De minimale witruimte rondom het logo is aangegeven in het voorbeeld en dient altijd in acht genomen te worden.

Logo

Do's en Don'ts.

Ons logo gelieve niet uittrekken, afwisselen of vervormen. Door een vaste verhouding aan te houden, zoals weergegeven in het voorbeeld rechts, behoudt ons logo zijn authenticiteit.

HOE TE GEBRUIKEN

Het logo wordt altijd in combinatie met het kleurenpalet gebruikt, tenzij de achtergrond of het beeld zwart of te donker is. Dan kan er voor het witte logo (met transparantie) worden gekozen. Bij een drukke achtergrond gelieve voor het witte logo (zonder transparantie) te kiezen.

HOE NIET TE GEBRUIKEN

Gebruik het logo nooit in verschillende kleurencombinaties. Houd altijd vast aan het donkerblauwe of witte logo.



✓ Full color op lichte achtergrond



✓ Wit + Transparantie op kleur



✓ Wit + Transparantie op kleur

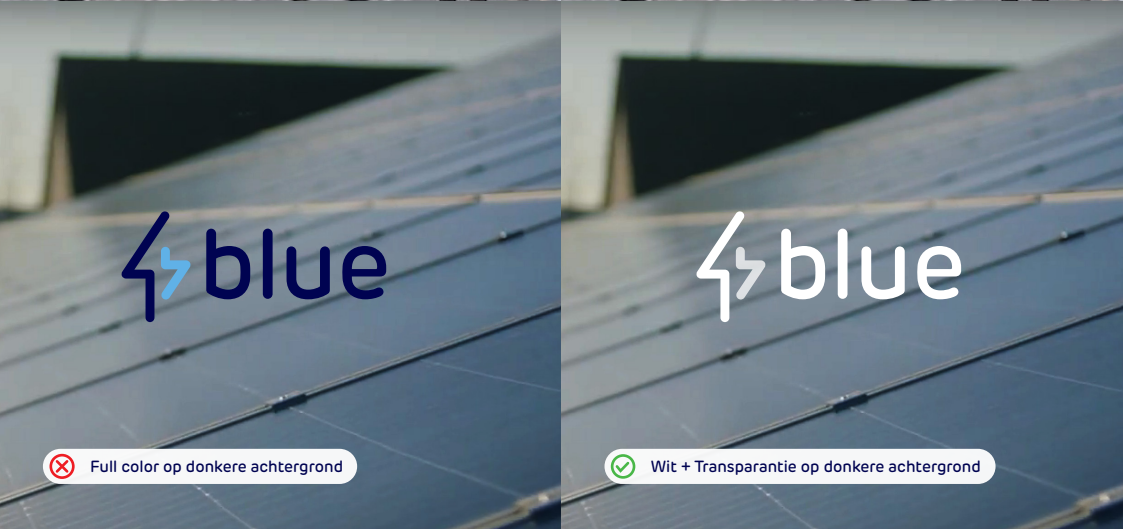


✓ Full color wit op fotografie wanneer extra contrast gewenst is



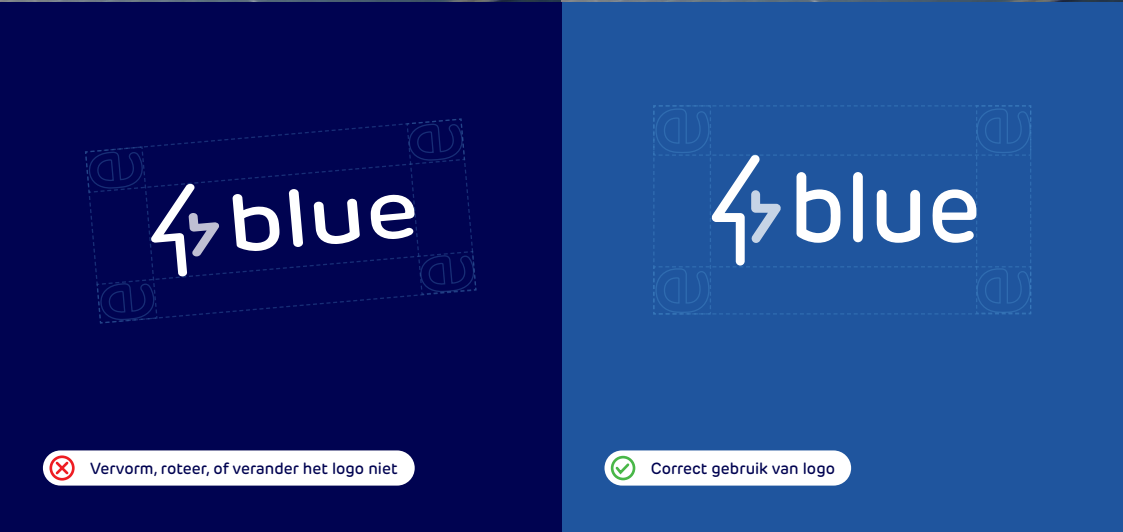
⊗ Wit + Transparantie op lichte achtergrond

✓ Full color op lichte achtergrond



⊗ Full color op donkere achtergrond

✓ Wit + Transparantie op donkere achtergrond



⊗ Vervorm, roteer, of verander het logo niet

✓ Correct gebruik van logo

DO'S

- Zorg dat het logo altijd leesbaar is;
- Houd de vastgestelde afmetingen en witruimte die als standaard gelden altijd aan.

DONT'S

- Nooit het logo en het beeldmerk van 4blue met elkaar combineren in uitingen;
- Wijk niet af van het kleurenpalet;
- Gebruik geen schaduw achter het logo. Wanneer het logo niet zichtbaar genoeg is, gebruik dan de witte variant.

Beeldmerk

Grafische elementen uit het logo vormen ons beeldmerk.

De bliksemschicht symboliseert 'energie' en 'stroom'. In de Griekse mythologie werd bliksem ook vaak geassocieerd met 'kracht' en 'intelligentie', wat de vakkundigheid en kennis van 4blue onderstreept. Het (abstracte) dak van de woning mét zonnepaneel representeert wat de core business van 4blue is.

Het beeldmerk mag in alle kleuren, primair en secundair, gebruikt worden, zolang de leesbaarheid en zichtbaarheid optimaal blijft. De minimale witruimte rondom het beeldmerk is aangegeven in het voorbeeld en dient altijd in acht genomen te worden.



✓ Full color op lichte achtergrond



✓ Wit + Transparantie op kleur



✓ Wit + Transparantie op kleur



✓ Full color wit op fotografie wanneer extra contrast gewenst is

Typografie

We gebruiken twee verschillende fonts.

New Rubrik Medium wordt gebruikt voor headers/
titels op de website/social media, maar ook graf-
ische (print)uitingen als folders en posters.

Proxima Nova wordt uitsluitend gebruikt voor
bodyteksten. De ronde vormen geven een vrien-
delijk gevoel. In combinatie met de harde hoeken
zorgt het wel voor professionaliteit en dit maakt
het niet te informeel.

Headers

New Rubrik - Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bodytekst

Proxima Nova

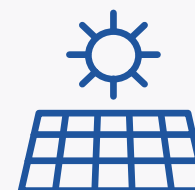
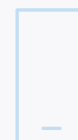
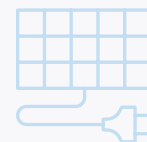
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

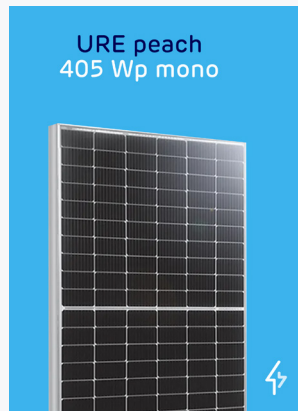
Iconen

Onze iconen.

Om verschillende onderdelen in onze visuele uitingen extra uit te lichten, maken we gebruik van een set iconen. Deze iconen kunnen zowel in online- als offline uitingen verwerkt worden.

We gebruiken nooit ingevulde iconen, maar enkel outline (met omlijning) varianten. Ook hier werken we met rondingen die een vriendelijk gevoel geven en bovendien aansluiten bij onze typografie en algehele visuele identiteit.





Fotografie

Overall straalt onze fotografie authenticiteit en deskundigheid uit.

Binnen ons merk komen we met verschillende beeldcategorieën in aanraking, te onderscheiden in:

- ONZE MENSEN
- ONZE PROJECTEN
- ONZE PRODUCTEN

Onze fotografie is echt, fris en toegankelijk. De beelden worden op een natuurlijke manier bewerkt. Het geheel ziet er verzorgd en professioneel uit, maar is niet picture perfect.

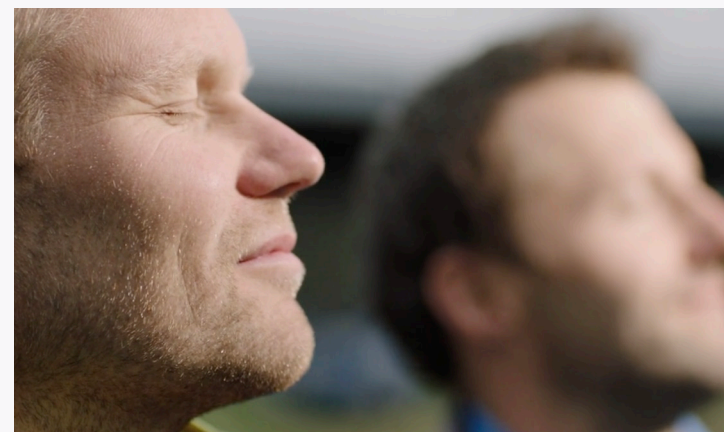
Fotografie

Onze mensen

We laten onze mensen op een natuurlijke manier poseren in hun werkomgeving. Dat wil zeggen 'in de actie', waarbij spontaniteit voorop staat. Ze stralen vertrouwen, trots en deskundigheid uit. We leggen onze mensen niet vast in een studio, maar altijd op kantoor of buiten (in het zonnetje) op locatie bij projecten. Daarbij gebruiken we zoveel mogelijk natuurlijk licht.

Wanneer het om portretfotografie gaat, kijken onze mensen recht in de lens, zodat zij een connectie maken met de klant. Ook maken we gebruik van objecten in de voorgrond en schieten we met een lange lens waardoor we mooie scherptediepte realiseren.

Voor andere beelden, zoals groepsfoto's en meer actie gerelateerde foto's, maken we gebruik van speelse doorkijkjes en verrassende angles waarbij we het werkplezier, maar ook de deskundigheid van onze mensen benadrukken.





Fotografie

Onze projecten

Grootseheid en diversiteit kenmerken de beelden van onze projecten. We maken daarbij onderscheid in drie categorieën: projecten in combinatie met installateurs, projecten in combinatie met klanten en dronefotografie

PROJECTEN IN COMBINATIE MET INSTALLATEURS

We schieten zowel gedetailleerde close ups als totaalshots om enerzijds installateurs een gezicht te geven en anderzijds de kunde van het werk vast te leggen.

PROJECTEN IN COMBINATIE MET KLANTEN

De klant wordt op een speelse, vrolijke manier geportretteerd terwijl zij zich op, bij of naast de aangelegde zonnepanelen van 4blue bevinden.

DRONEFOTOGRAFIE

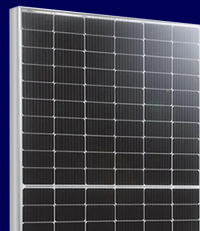
Hiermee tonen we de omvang van onze projecten. Het zijn wijdses, topshots waarbij we de nadruk leggen op de grafische lijnen en symmetrische vormen van de aangelegde zonnepanelen.



URE peach
405 Wp mono



URE peach
405 Wp mono



Fotografie

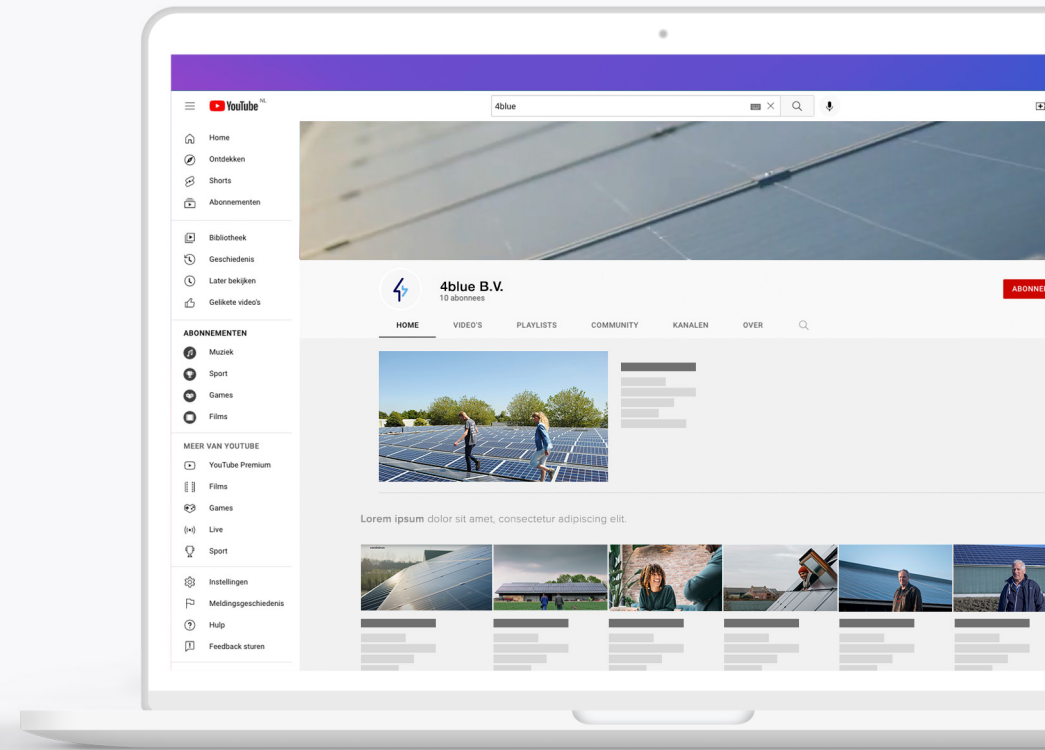
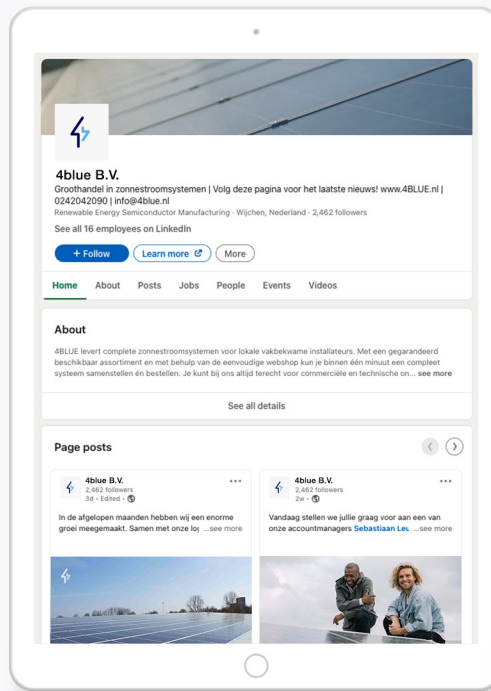
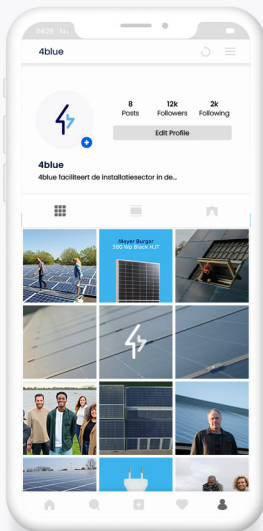
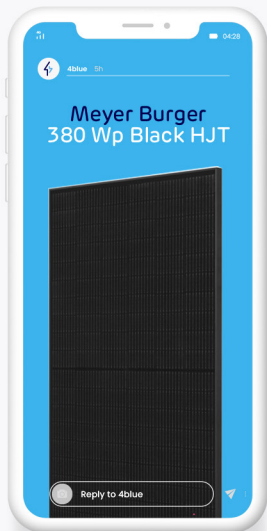
Onze producten

We behouden voor nu de bestaande productfotografie, maar voegen hier wel de visuele elementen uit de brand guide aan toe, waaronder de blauwe kleuren en de productnaam in de juiste typografie.

Social media

Onze social media platformen zijn YouTube, Instagram, Facebook en LinkedIn.

In alles wat we hierop plaatsen, worden de visuele richtlijnen in acht genomen. Gelieve dit te doen op basis van deze voorbeelden.



Offline uitingen

Onze visuele identiteit keert zowel online als offline terug.

Zo hebben wij onder andere onze eigen stationary, met visitekaartjes, koffiemokken en notitieboekjes. De visuele richtlijnen gelden dan ook altijd voor dit type uitingen.





4blue

