

B

BURBERRY

LONDON, ENGLAND

INHOUD

1	Naam
2	Logo
6	Typografie
7	Kleuren
9	Slogan
10	Beelden
11	Mediakanalen

NAAM

B

BURBERRY

De naam bestaat nu gewoon uit één woord: Burberry. Eerst was het Burberry, London, England. Zo min mogelijk woorden om het lezen gemakkelijker te maken voor ouderen. Zo kun je in een oogopslag zien dat het over Burberry gaat.

De naam mag apart van het logo gebruikt worden, alleen in teksten waarin het merk genoemd wordt en op de gevel van de winkels. Verder mag het alleen in combinatie met het logo gebruikt worden en in kapitaal worden geschreven.

LOGO



Beschermingszone

Het ruitenpatroon geeft aan dat binnen deze zone het logo niet onderbroken mag worden door andere elementen en teksten.

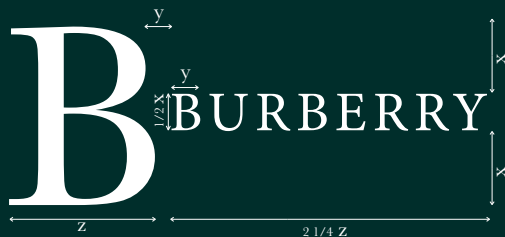




BURBERRY

Maten & proporties

Maten en proporties dienen op deze manier toegepast te worden en mogen op geen enkele andere manier gebruikt worden.



BURBERRY



20 mm

BURBERRY



10 mm

BURBERRY

De minimale maten staan in millimeters aangegeven.



B
BURBERRY



B
BURBERRY



B
BURBERRY

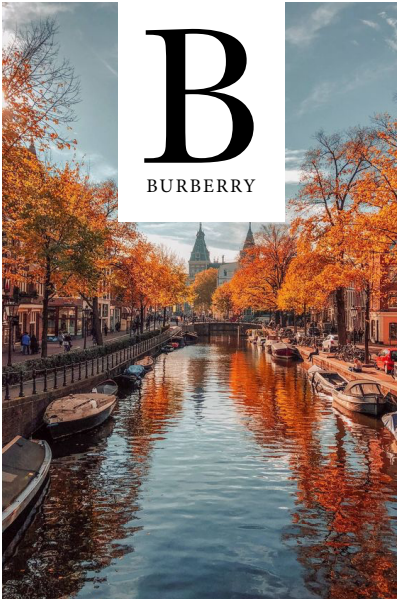
**Voorbeelden van
aanpassingen die niet
zijn toegestaan.**

Veranderingen in proporties

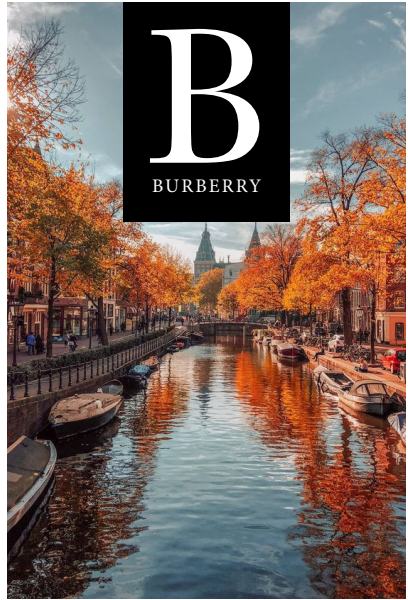
Veranderingen in lettertype

Logo vervormingen

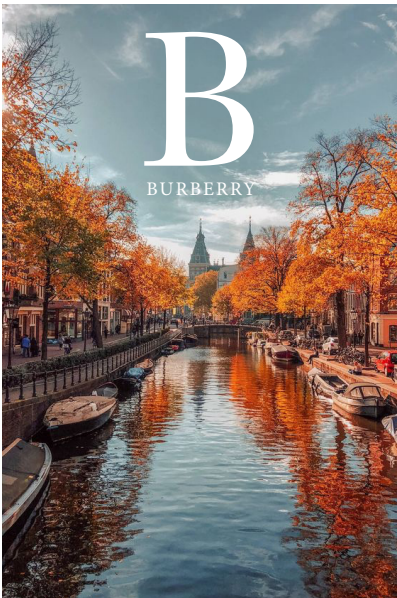
Achtergrond gebruik



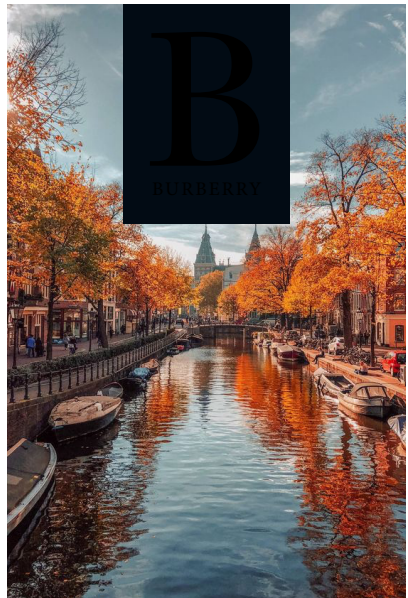
✓ Zwart logo op een lichte achtergrond.



✓ Wit logo op een donkere achtergrond.



✗ Wit logo op een lichte achtergrond.



✗ Zwart logo op een donkere achtergrond.

TYPOGRAFIE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789!@#\$%^&*()

Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789!@#\$%^&*()

Baskerville SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

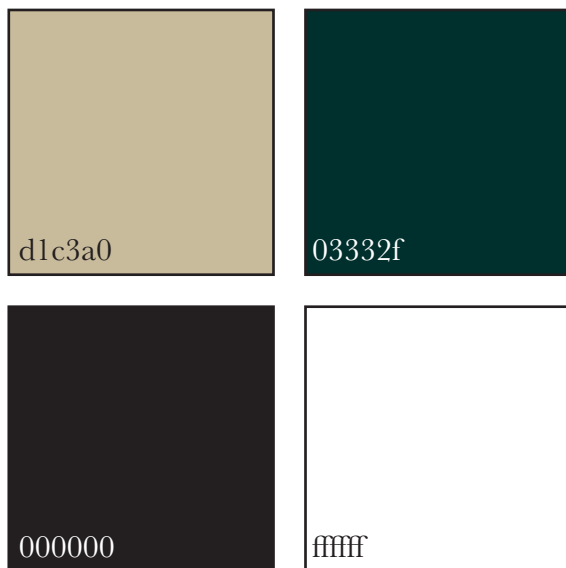
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789!@#\$%^&*()

Baskerville Bold

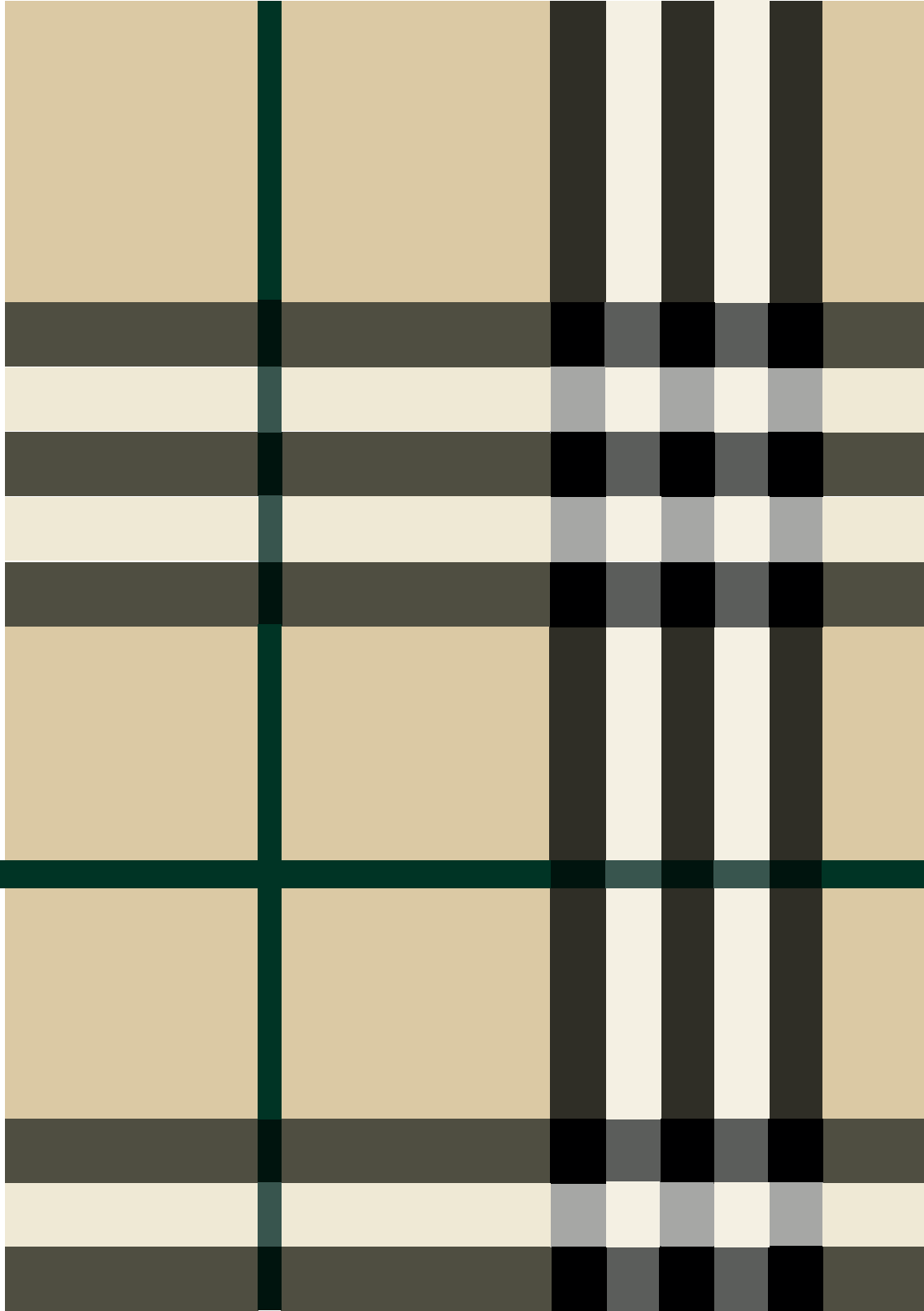
Voor het kleurgebruik geldt dezelfde toepassing als bij het logo kleurgebruik. Op lichte achtergronden wordt een zwart lettertype gebruikt en op donkere achtergronden wordt een wit lettertype gebruikt. Dit omdat de twee kleuren het best op elkaar te zien zijn en dus ook beter te lezen.

KLEUREN



Dit zijn de kleuren die het meest zullen worden gebruikt bij het maken van producten.

Er wordt geen limiet gegeven als het gaat om extra kleurgebruik, als dit maar bijpassende aardetinten zijn.



SLOGAN

YEP

Young Elderly Person

Voor het gebruik van deze slogan, gelden de volgende regels:

- De afkorting moet in kapitalen worden geschreven.
- De 3 onderste woorden moeten beginnen met een kapitaal.
- De slogan eindigt zonder een punt.
- De afkorting moet groter afgebeeld worden dan de rest van de slogan. Andersom is niet toegestaan.

Deze slogan mag ook alleen in zwart op een lichte achtergrond worden geplaatst en in wit op een donkere achtergrond.

Het is niet toegestaan tekst over afbeeldingen heen te plaatsen.

De slogan mag op de volgende voorwerpen worden afgebeeld:

- Posters en banners
- Folders en flyers
- Merchandise
- Verpakkingen

De slogan is geschikt voor ouderen omdat ze er in worden genoemd. Het maakt duidelijk dat ouderen zich ook jong mogen voelen.

BEELDEN

Voor afbeeldingen is het de bedoeling alleen gebruik te maken van foto's waar alleen producten op staan, dus zonder modellen. Aangezien modellen tegenwoordig vaak jonge mensen zijn. En door dit niet te laten zien in afbeeldingen krijgen ouderen ook meer het gevoel dat dit voor hen bedoeld is. Het is wel toegestaan producten met een achtergrond te fotograferen.



MEDIA KANALEN

Een paar voorbeelden van media kanalen die kunnen worden gebruikt zijn:

- Facebook
- Tv reclames
- Kranten
- Tijdschriften

Tegenwoordig maken ouderen, die gebruik maken van een mobiele telefoon, veel gebruik van Facebook. Daarom is het een goede manier om hierop ouderen te bereiken met acties of mededelingen.

Ook zitten veel mensen voor de televisie. Reclames kunnen hierbij vervelend zijn, maar daarom is het een uitdaging deze zo interessant mogelijk te maken.

Kranten en tijdschriften vinden nog steeds gretig aftrek, vooral bij ouderen. Daarom is dit ook een goede manier om de interesse van ouderen te wekken.