

tica

Brandguide

Dit brandbook vormt de basis voor een consistente visuele uitstraling van TICA. Het biedt richtlijnen voor iedereen die werkt aan visuele communicatie en vormgeving, intern en extern.

TICA is er voor Europese lifestyleprofessionals. Ondernemend, inspirerend en altijd op zoek naar iets bijzonders. Onze communicatie is herkenbaar, professioneel en trekt de aandacht. Altijd met lef en karakter.

Deze brandguide is opgesteld door PW Markets | TICA en blijft te allen tijde eigendom van PW Markets | TICA. De richtlijnen in dit document zijn uitsluitend bedoeld voor gebruik door externe partijen die namens of in opdracht van PW Markets | TICA communicatie-uitingen ontwikkelen.

Het is niet toegestaan om (delen van) deze brandguide, logo's, beeldmateriaal of andere merkassets te delen met derden, te publiceren of te hergebruiken voor andere doeleinden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van PW Markets | TICA.

PW Markets | TICA is niet aansprakelijk voor schade of reputatieverlies als gevolg van onjuist gebruik, interpretatie of toepassing van deze richtlijnen. PW Markets | TICA behoudt zich het recht voor om de inhoud van deze brandguide te allen tijde te wijzigen.

Inhoudsopgave

P02 – 03 | Introductie

Visie & missie

P04 – 10 | Logo

Wordmark
Kleurgebruik
Uitlijning
Collabs
Submerken
Things to avoid

P11 – 19 | Kleurgebruik

Primair palet
Accent kleuren
Blauw
Oranje
Zwart & Wit
In-store
Verfkleuren
trendkleuren

P20 – 25 | Typografie

Font
Hiërarchie algemeen
Typografische regels
Tekstopmaak in Microsoft Word
Vertalingen

P26 – 30 | Vormtaal

Streeppatroon
Iconografie web
Iconografie in-store

P31 – 36 | Beeldstijl

Fotografie
Locatie fotografie
Beeldrijm
Overlays

P37 – 39 | Toepassingen

Social media
Digitale kanalen

Logo

P05 – Wordmark

P06 – Kleurgebruik

P07 – Uitlijning

P08 – Collabs

P09 – Submerken

P10 – Things to avoid

Logo

Wordmark

We gebruiken één logo: het TICA-wordmark. In lopende tekst staat TICA altijd in hoofdletters. Zo blijft onze merkstijl sterk en herkenbaar.

Gebruik op uitingen

Alle externe uitingen bevatten altijd het TICA-logo. Ook instore bordjes dragen meestal het logo. Staan er meerdere uitingen dicht bij elkaar? Dan hoeft het logo niet op elke uiting herhaald te worden. Gebruik je inzicht om te bepalen wat logisch en overzichtelijk is.



tica

Logo

Kleurgebruik

Het logo wordt standaard in zwart of wit gebruikt. Alleen bij specifieke gelegenheden zoals events, acties, extra's en intern gebruik, mag TICA-blauw worden toegepast. Dit kleurgebruik is een uitzondering.



tica



tica

Alleen voor gebruik events, acties, extra's en intern



tica



tica

Logo

Uitlijning

Effectief formaat

De uitlijning en afstandsbe­paling van het logo is op basis van de hoekige delen van het logo. De ronde delen mogen hierbij genegeerd worden.

Uitlijning logo

Het logo is vrijwel altijd links uit­ge­lijnd. Alleen als dit echt nodig is staat het in het midden, vaak wanneer het logo los wordt weergegeven. In zeldzame gevallen staat het rechts bij gebrek aan ruimte.

Uitlijning titels/tekst naast logo

Titels of tekst naast het logo lijn je uit op het blokdeel van de 'A' in TICA, waar mogelijk met de hoofdletter van de titel op gelijke hoogte.



Logo Collabs

Logo combineren met dat van een partner?

Combineer je ons logo met dat van een partner? Zorg dat beide logo's optisch even groot zijn. TICA staat altijd links. Tussen de logo's staat een kleine 'x' (Century Gothic Regular) – met een afstand die gelijk is aan de breedte van de 'ti' in het TICA-logo.

Gebruik door andere partijen

Gebruik het TICA-logo of de naam niet op een manier die ten onrechte suggereert dat er een samenwerking, sponsoring of goedkeuring is vanuit TICA.

ticatixtiZUIVER°

ticatixtiRELIVING

Logo

Submerken

We beperken het gebruik van submerken tot een minimum.

Alleen TICA Concept Store wordt in combinatie met het TICA-logo gebruikt. Alle andere submerken of onderdelen worden uitsluitend in tekst geschreven, zoals geïllustreerd in het voorbeeld rechts.

tica | concept
store

- &GO
- TICAfé
- TICA Talk
- TICA Projects
- TICA Events

Logo

Things to avoid

✘ Rek het logo nooit op of uit.



✘ Gebruik geen outline.



✘ Gebruik geen gradients of andere kleuren.



✘ Gebruik het juiste bestandsformaat.

| | | |
|---------------|---|--------------------------|
| TICA_logo.eps | → | Schaalbaar (vector) |
| TICA_logo.png | → | Transparante achtergrond |
| TICA_logo.jpg | → | Met achtergrond |
| Screenshot | → | Nooit gebruiken |

✘ Voeg geen schaduwen, glows of andere effecten toe.



✘ Logo niet in een onofficiële vorm plaatsen.



Kleurgebruik

- P12 – Primair palet
- P13 – Accentkleuren
- P14 – Blauw
- P15 – Oranje
- P16 – Zwart & Wit
- P17 – In-store
- P18 – Verfkleuren
- P19 – Trendkleuren

Kleurgebruik

Primair palet

Het primaire kleurenpalet van TICA bestaat uit zwart, wit, blauw en oranje. Zwart en wit vormen de basis; ze zorgen voor rust en contrast.

Blauw

Blauw wordt beperkt gebruikt. Alleen bij specifieke gelegenheden, zoals events, acties, extra's en intern gebruik, mag TICA-blauw worden toegepast. Dit geeft TICA voor deze gelegenheden een frisse en energieke uitstraling.

Oranje

Oranje zetten we gericht in bij belangrijke call to actions zoals 'TICA-member worden'. Zo valt het op én versterkt het 't conversiedoel. Ook in-store routing is oranje want dit moet opvallen.

Zwart

Hex #000000
RGB 0 0 0
CMYK 50 40 40 100

Wit

Hex #ffffff
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0

Oranje

Hex #fc570b
RGB 252 87 11
CMYK 0 81 98 0

Blauw

Hex #2121bf
RGB 33 33 191
CMYK 100 92 11 2

Kleurgebruik

Accentkleuren

Elke basiskleur heeft een eigen accentkleur. Die gebruik je alleen in combinatie met de bijbehorende basiskleur, bijvoorbeeld accentblauw bij blauw, accentzwart bij zwart.

Accentkleuren zorgen voor subtiele aanduiding of opvulling. Ook het strepelement gebruikt een accentkleur voor extra nadruk of visuele ondersteuning.

Zwart

Wit

Accent zwart

Hex #20201f
RGB 32 32 31
CMYK 71 65 66 74

Accent wit

Hex #edebe8
RGB 237 235 232
CMYK 6 5 6 0

Oranje

Blauw

Accent oranje

Hex #ff6700
RGB 255 103 0
CMYK 1 73 99 0

Accent blauw

Hex #220fe4
RGB 34 15 228
CMYK 96 82 3 0

Kleurgebruik

Blauw

Blauw staat voor events, acties, extra's en interne communicatie. Alles waar we de TICA-member blij mee maken. Blauw wordt vooral gecombineerd met wit.

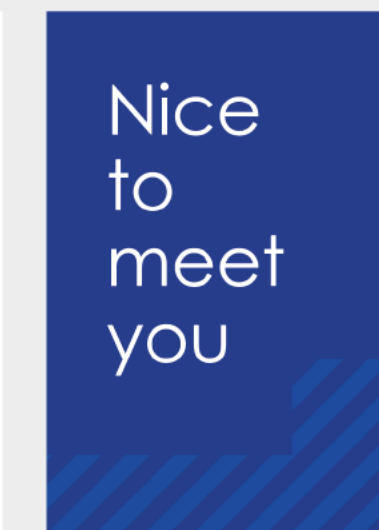
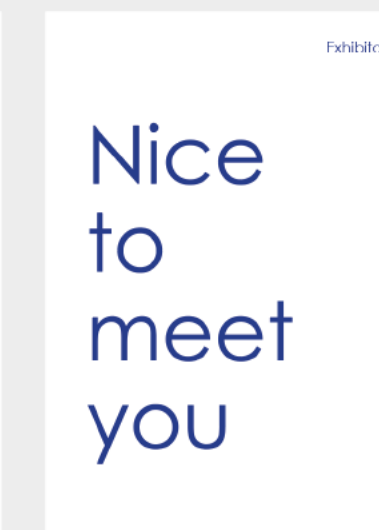
Gebruik blauw bij

- Eventuitingen
- Giveaways
- Koffie- of lunchbonnen
- Deals of tijdelijke acties
- Kleine attenties zoals chocolade
- Interne campagnes

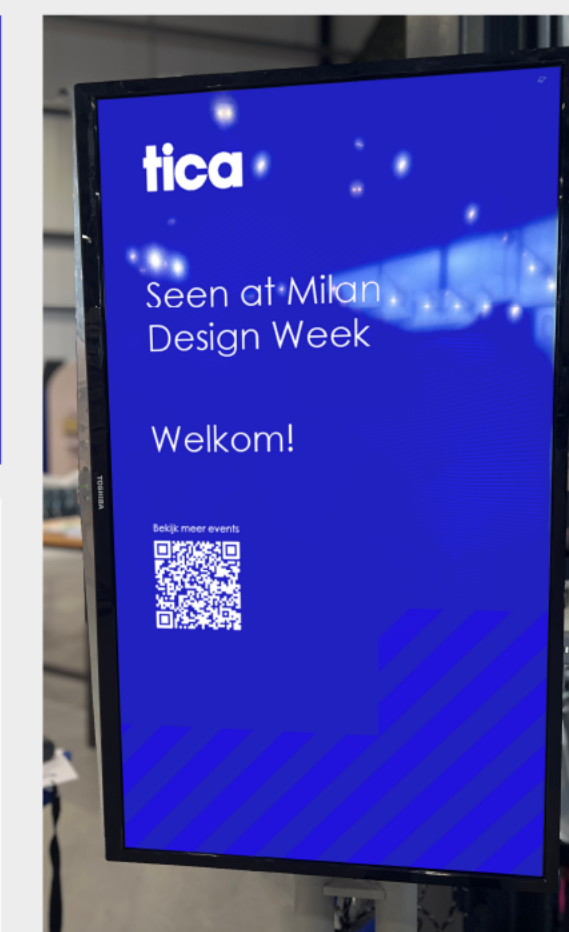
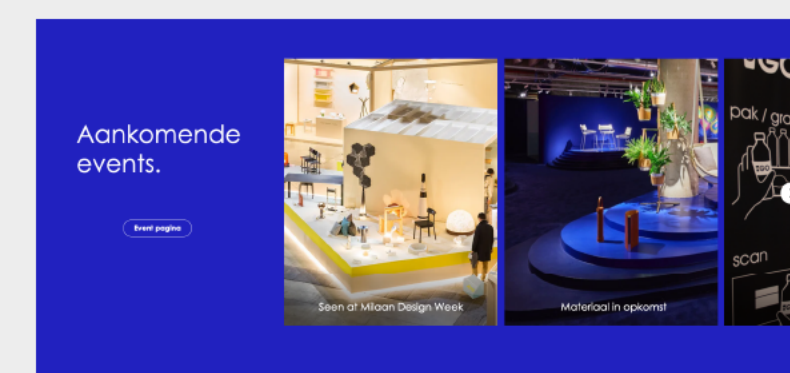
Vermijden op blauwe uitingen

Gebruik geen Accent-witte strepen op witte achtergronden. Binnen de blauwe uitingen gebruiken we alleen Accent-blauwe strepen op blauw.

Drukwerk (CMYK)



Digitaal (RGB)



Verf (RAL)



Kleurgebruik

Oranje

Oranje is onze signaalkleur. Voor wanneer iets écht gezien moet worden. Bijvoorbeeld bij call to action knoppen of routing in de winkel.

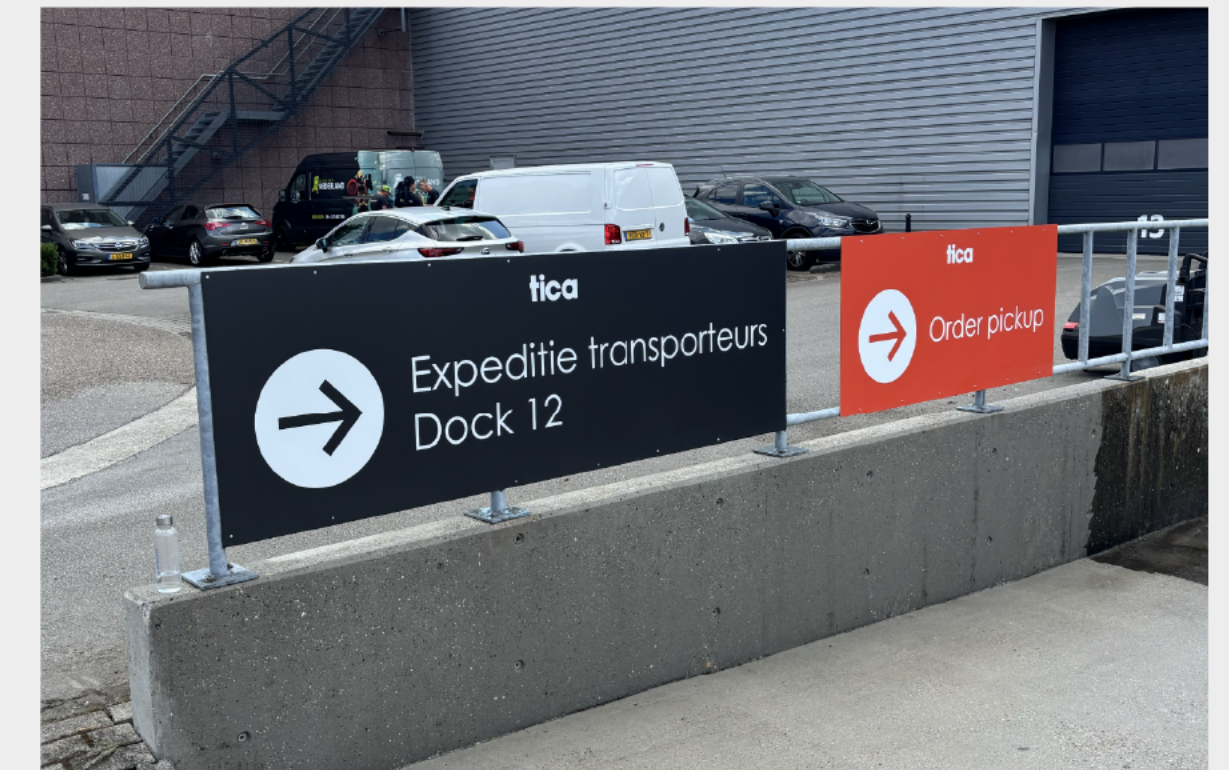
Gebruik oranje bij

- Belangrijke online call to action knoppen, zoals 'Log in' of 'Word TICA-member'
- Routingborden in de winkel
- Elementen die direct moeten opvallen
- In-store visuele elementen die op moeten vallen

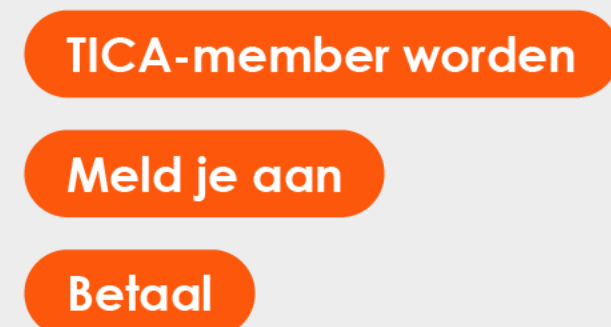
Vermijd oranje bij

Gebruik geen oranje op een blauwe achtergrond; die combinatie botst visueel.

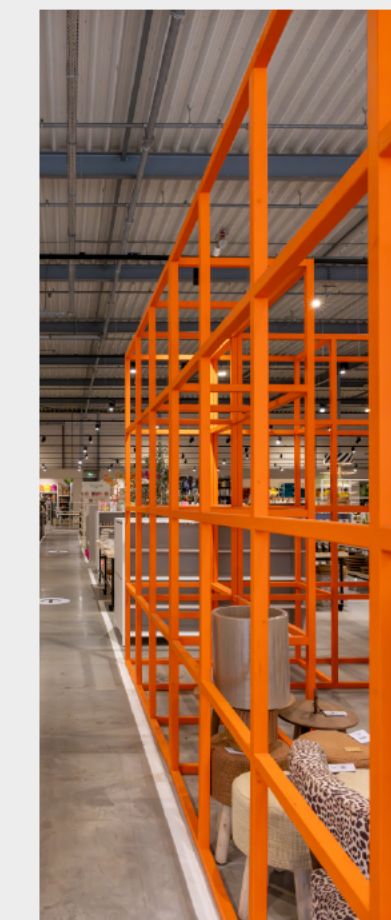
Drukwerk (CMYK)



Digitaal (RGB)



Verf (RAL)



Kleurgebruik Zwart & Wit

Zwart en wit zijn de overkoepelende kleuren van TICA; het canvas voor exposanten. Zij vormen de basis voor vrijwel alle uitingen. Welke van de twee je gebruikt, hangt af van wat visueel het beste werkt. Vaak worden ze gecombineerd met fotografie.

Gebruik zwart en wit bij

- Zwarte tekst en logo's alleen op witte ondergronden.
- Witte tekst en logo's op zwarte, blauwe of oranje ondergronden

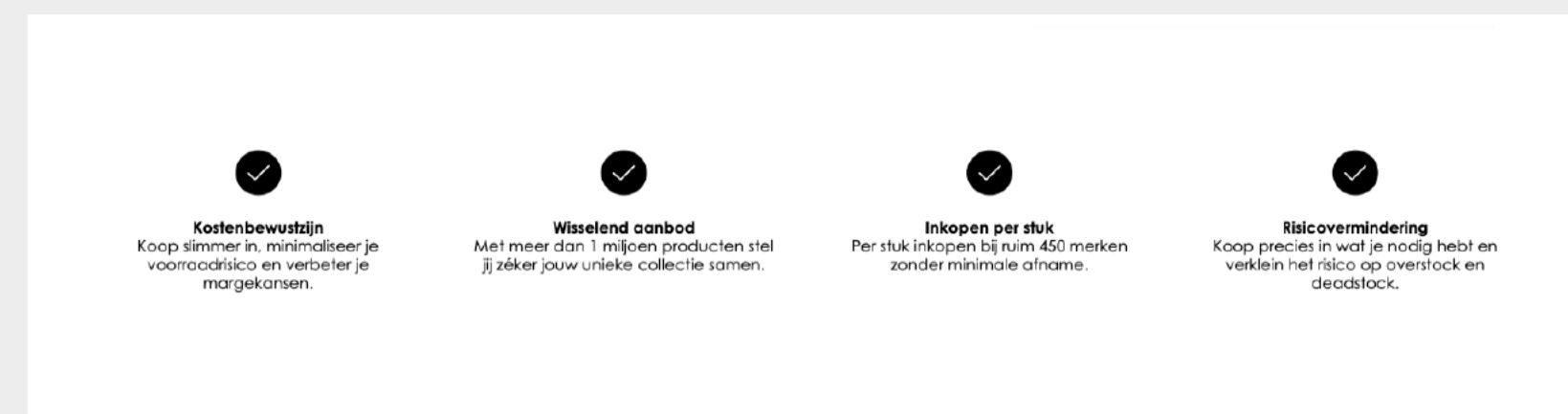
Leesbaarheid tekst

Bij gebruik van fotografie gebruik je bij voorkeur witte tekst, eventueel met zwarte overlay voor extra contrast.

Drukwerk (CMYK)



Digitaal (RGB)



Kleurgebruik In-Store

Histor Forel – S 2005-Y50R

Vol wit voelt snel steriel. Daarom kiezen we in-store voor een zachtere tint: Forel. Die geeft een warmere uitstraling in de ruimte.

Wordt gebruikt voor:

- Wanden in-store
- Voorkant toiletten

Natural Color System | 1505-Y30R

Wordt gebruikt voor:
De stands en koven van de TICA Projects afdeling

Zwart

In-store gebruiken we diepzwart.
Kleur: Ral 9005

Wordt gebruikt voor:

- Muren rondom de liften
- Karrenpunt
- Wanden in-store

Materialen

In combinatie met deze kleuren gebruiken we:

- Metaal
- Beton
- Hout
- Karton
- Glas



Kleurgebruik Verkleuren

Zwart | algemeen
Ral 9005

Wit | algemeen
Ral 9016

Oranje | moet opvallen
Histor lemonade
S 0580 Y60R

Blauw | events
Ral 5002

Forel | algemeen
Histor Forel
S 2005-Y30R

Beige | TICA Projects
Natural Color System S
1505-Y30R



Kleurgebruik Trendkleuren

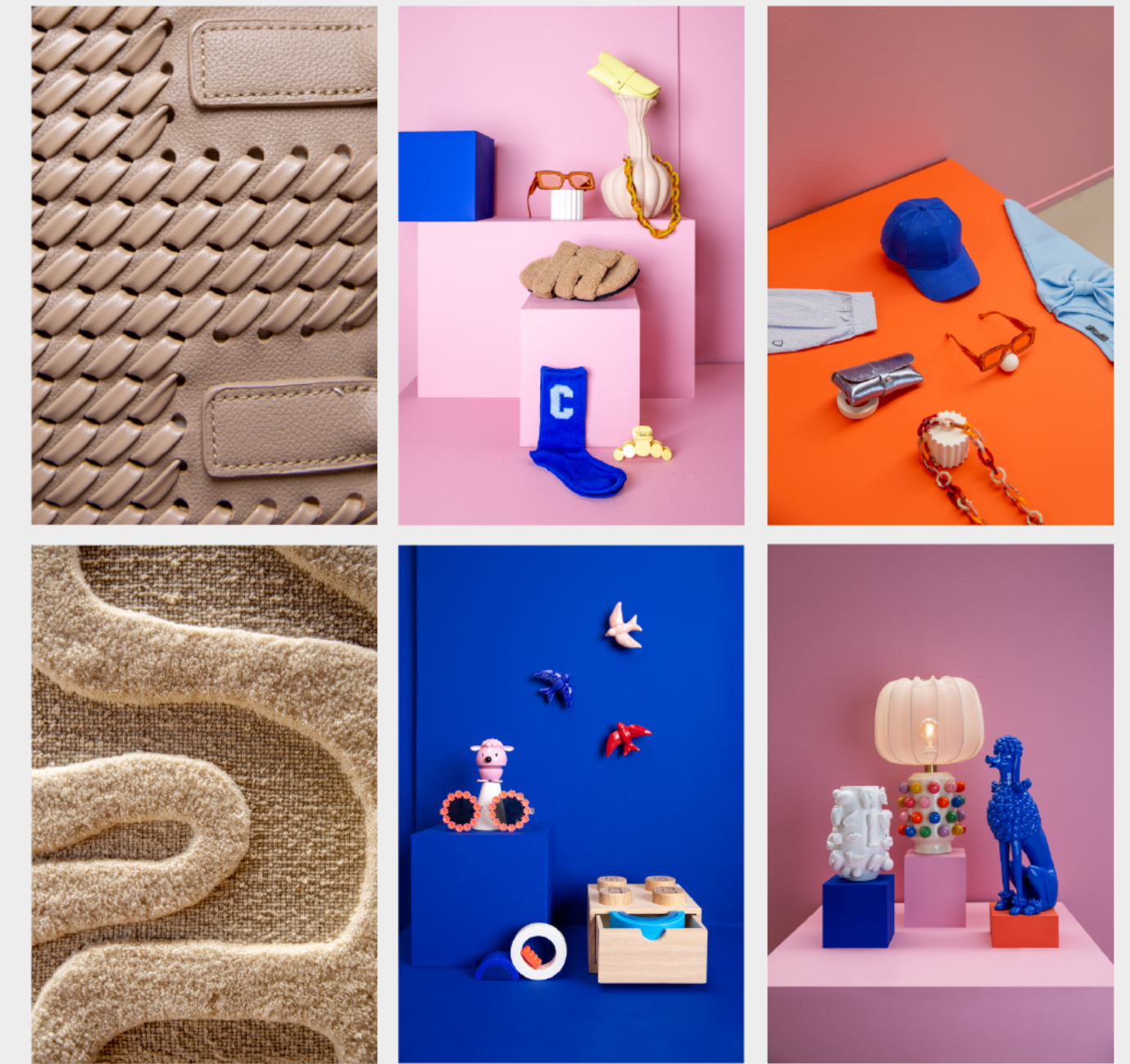
Trenduitingen worden per thema vormgegeven en ondersteund met trendkleuren. Deze kleuren worden alleen gebruikt binnen dat specifieke thema. Ze worden voorafgaand aan de shoot uitgekozen – zo blijft de visuele lijn sterk en consistent.

- Een thema loopt 3 maanden
- Teksten en QR-codes bij voorkeur in wit op foto-achtergrond, voor optimale leesbaarheid

Drukwerk (CMYK)



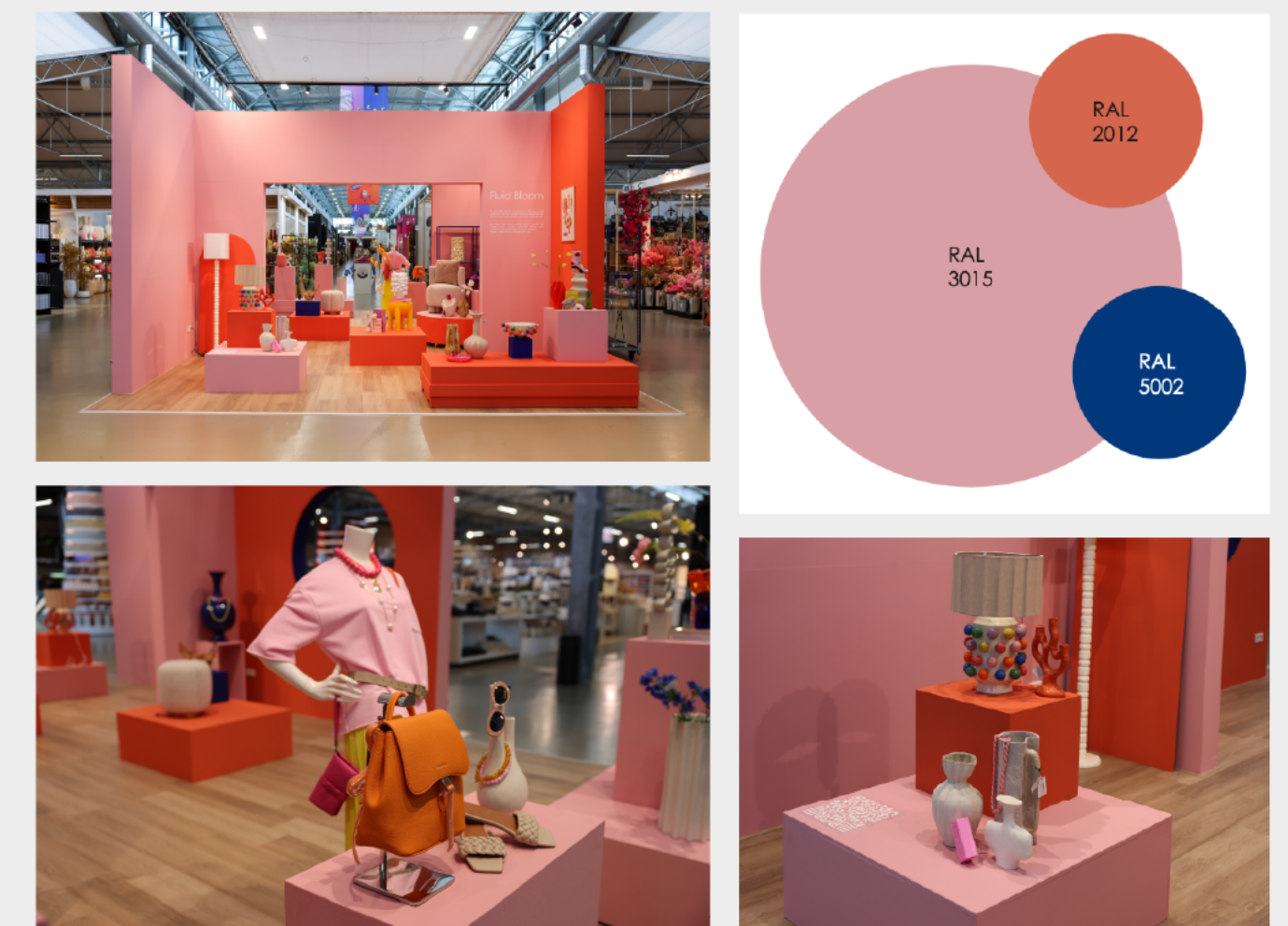
Fotografie (RGB)



Digitaal (RGB)



Verf (RAL)



Typografie

P21 – Font

P22 – Hiërarchie algemeen

P23 – Typografische regels

P24 – Tekstopmaak in Microsoft Word

P25 – Vertalingen

Typografie

Font

TICA gebruikt één lettertype:
Century Gothic. In twee stijlen:
Regular en Bold.

Century Gothic

Regular

Century Gothic

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789&! ? | % @ # - + = € : ; ' " , .

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789&! ? | % @ # - + = € : ; ' " , .

Typografie

Hiërarchie algemeen

Regular is de basis. Voor bodyteksten, losse woorden of korte zinnen zoals “bekijk meer”, quotes en slogans. Ook titels staan bij voorkeur in Regular – rustig en goed leesbaar.

Bold gebruik je voor subtitels, koppen of om iets extra nadruk te geven. Zo blijft de typografie herkenbaar, strak en consistent in alle TICA-uitingen.

Zorg dat er genoeg ruimte is rondom titels, losse woorden, korte zinnen, etc. Voor behoud van luchtigheid.

Display titel

24 pt - Century Gothic Regular

Subtitel

10 pt - Century Gothic Regular

Body tekst

10 pt - Century Gothic Regular

Typografie

Typografische regels

Titels staan bij voorkeur in Regular, tenzij extra nadruk nodig is. Dan gebruik je Bold.

Opmaakregels

- Alleen hyperlinks worden onderstreept
- Alleen quotes mogen cursief
- Geen FULL CAPS, behalve bij het woord TICA
- Hoofdletters gebruik je aan het begin van zinnen, maar ook bij losse woorden in uitingen en overal waar de geschreven taal dit voorschrijft
- Titels en subtitels hebben geen punt; lopende teksten wel
- Beperk uitroeptekens – te veel voelt goedkoop
- Het &-teken blijft in gebruik (als knipoog naar onze oorsprong: Trends & Trade)

Uitlijning

Tekst is vrijwel altijd links uitgelijnd. Ook logo's, QR-codes en andere elementen staan waar mogelijk links. Wijkt de lay-out af? Dan mag je hiervan afwijken.

<https://tica.nl/laat-je-inspireren/>

“Bij TICA slaag ik altijd. Wat ik voor me zie, ligt daar vaak al klaar!”

TICA

Bij TICA vind je alles om jouw winkel, webshop of stylingproject naar een hoger niveau te tillen.

Laat je inspireren

Laat je bedrijf groeien en bereik een groter publiek. Bekijk de evenementenkalender en meld je aan!

Tips & adviezen

Typografie

Tekstopmaak in Microsoft Word

Lettertypes en groottes

- Bestandsnaam: 24 pt, Century Gothic regular
- Titel: 14 pt, Century Gothic Bold
- Subtitel: 10 pt, Century Gothic Bold
- Tekst: 10 pt, Century Gothic

Tussenruimtes

- Onder een bestandsnaam: altijd 2 alinea's ruimte
- Onder een titel: altijd 1 alinea ruimte en boven een titel 2 alinea's ruimte
- Boven een subtitel: altijd 1 alinea ruimte

Uitzondering

Bij Word-bestanden die bedoeld zijn voor bordjes (zoals winkelcommunicatie), kunnen grotere tekstgroottes nodig zijn voor de leesbaarheid.

Bestandonderwerp

Onder Bestandonderwerp twee alinea's ruimte.
Onder Bestandonderwerp twee alinea's ruimte.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco

Boven titel twee alinea's ruimte.
Boven titel twee alinea's ruimte.

Titel

Onder titel één alinea ruimte.

Subtitel

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco

Boven subtitel één alinea ruimte.

Subtitel

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad.

tica

TICA Meepakkers guidelines

Aanlevering van europalets:

- Alle producten moeten worden aangeleverd op europalets.
- De producten mogen niet breder zijn dan de standaardafmetingen van een europalet: 80 x 120 cm.
- De totale hoogte van de europalet, inclusief producten, mag maximaal 120 cm bedragen.
- Per europalet mogen maximaal twee verschillende productsoorten worden aangeleverd.

Plaatsing van europalets algemeen

- Europalets dienen in blokken van vier te worden geplaatst.
- Binnen een blok moet er circa 20 cm ruimte tussen de europalets zijn.
- Tussen de blokken dient een loopruimte van 100 cm vrij te blijven. Zie onderstaande illustratie. Dit kan minder zijn bij gebrek aan ruimte.
- Producten of dozen mogen niet naast de europalets worden geplaatst; alles moet binnen de afmetingen van de europalet blijven.

Plaatsing van europalets bij TICA Ede

- Europalets dienen in rijen van vijf te worden geplaatst tussen de pilaren aan de voorzijde.
- Binnen elke rij dient circa 10 cm ruimte tussen de pallets te zijn. Zie onderstaande illustratie.
- Producten of dozen mogen niet naast de europalets worden geplaatst; alles moet binnen de afmetingen van de europalet blijven.

Palletwrap

- Palletwraps worden door TICA-personeel aangebracht, met de sluiting aan de achterkant van het voorzandicht, zodat deze minder opvalt.
- Product- en prijslabels mogen onder geen beding op de palletwraps worden geplakt. Ze moeten uitsluitend aan de bovenzijde op de producten of dozen worden geplakt. Indien toch op de palletwrap wordt geplakt, of deze beschadigd raakt, wordt de palletwrap vervangen en worden de kosten daarvoor doorberekend.

Bordjes

tica

Exposant

Artikelen met een barcode zijn direct mee te nemen. Artikelen zonder barcode zijn alleen op bestelling, hiervoor kun je het orderformulier invullen die in de stand ligt.

Items with a barcode can be purchased immediately. Items without a barcode are available by order only, for these you can fill out the order form located at the stand.

Voor product info | For product info

Evenaar
+31 164 23 87 38
sales@evenaar.org
www.evenaar.org

Voor bestellingen | For orders

TICA Projects
+31 297 745 044
Project@tica.nl



tica

Mededeling

tica

Mededeling

Typografie

Vertalingen

Voor standaarduitingen op een vestiging gebruik je de twee vestigingstalen:

TICA Aalsmeer: NL / EN

TICA Ede: NL / DU

TICA Venlo: NL / DU

TICA Concept Store: NL / DU

TICA Brussel: NL / FR

Denk aan toepassingen zoals:

- Narrowcasting
- Bordjes
- Posters
- Trenduitingen

Alleen bij essentiële uitingen

(die iedereen moet begrijpen) gebruik je vier talen. Denk aan:

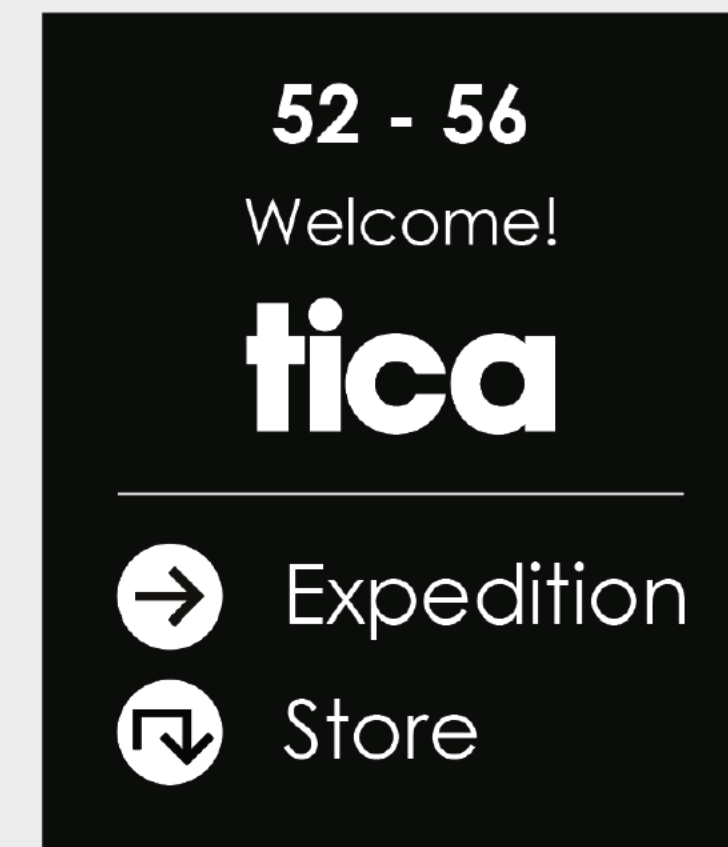
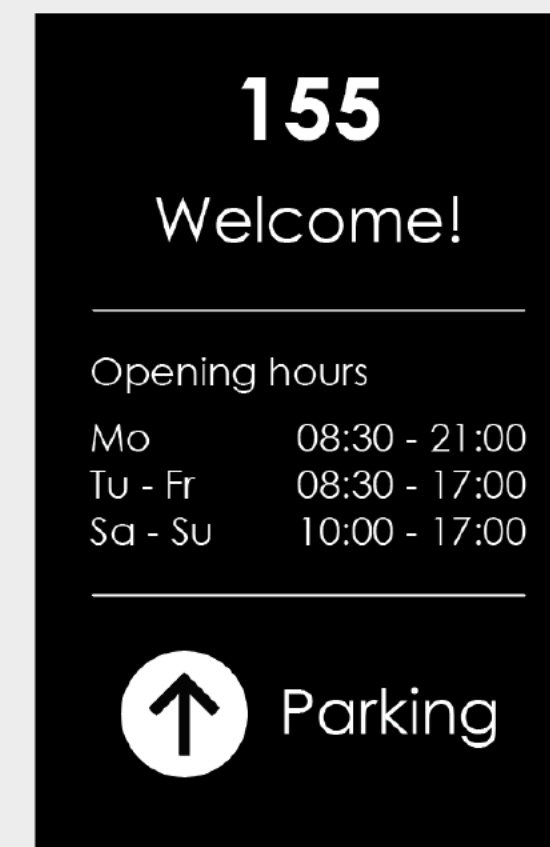
- Website
- Proceskaartjes bij de receptie

Buitenkant vestigingen

Buiten de vestigingen communiceren we in het Engels, zodat het voor een internationaal publiek begrijpelijk is.

Opmaakregels voor vertalingen

- Gebruik geen bold om talen te onderscheiden in lopende tekst
- Voor korte vertalingen gebruik je een streepje: Lift | Elevator



Vormtaal

P27 – Strepen

P28 – Strepen II

P29 – Iconografie web

P30 – Iconografie in-store

Vormtaal

Strepen

Gebruik van het streep patroon

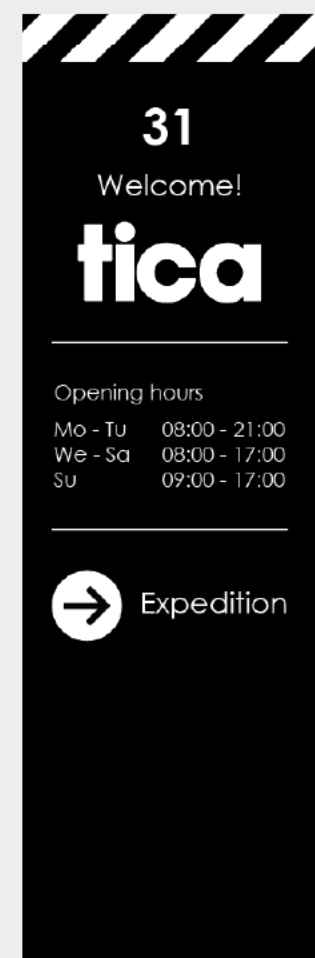
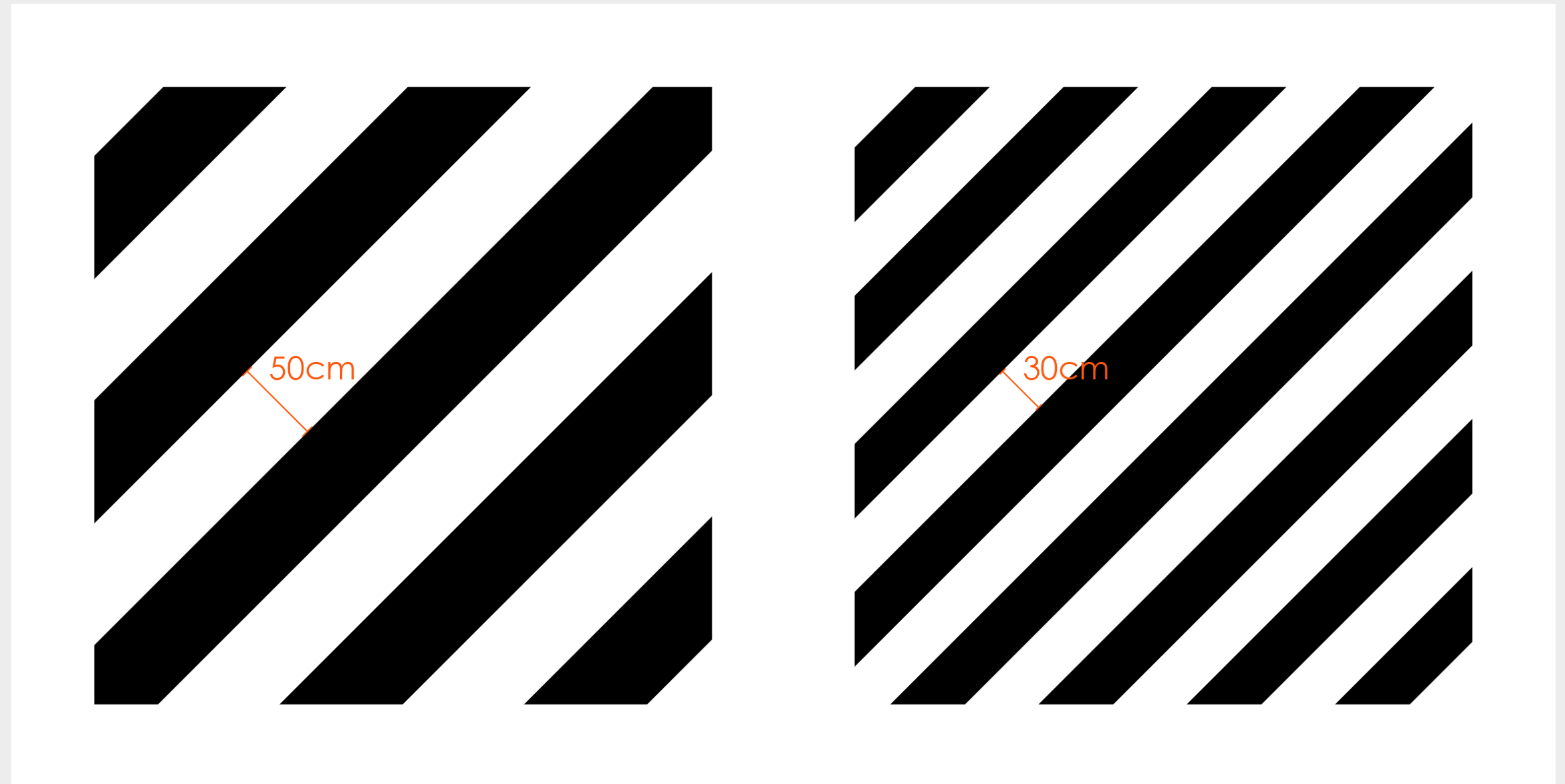
Het streep patroon loopt altijd van links naar rechts omhoog, onder een hoek van 45 graden. Om verwarring met andere merken (zoals Adidas) te voorkomen, gebruiken we minimaal vier strepen per kleur.

Plaats nooit elementen zoals logo's of tekst over de strepen heen. Ook mogen de strepen niet over andere elementen lopen.

Zwart-wit strepen

Zwart-wit strepen gebruiken we alleen op grote uitingen bij TICA-vestigingen; denk aan banners, op muren of buiten.

De standaardbreedte is 30 cm, maar kan worden vergroot tot 50 cm voor meer impact. Entreezuilen, vlaggen en de TICA XL-shopper zijn te klein voor strepen van 30 cm, maar mogen als uitzondering zwart-witstrepen bevatten voor herkenning.



Vormtaal

Strepen II

Herkenbaarheid bij vestigingen

Elke TICA-vestiging heeft een zwarte gevelbanner met TICA-logo. Aan beide zijden hangen vierkante banners met het streep patroon, meestal 50 cm groot.

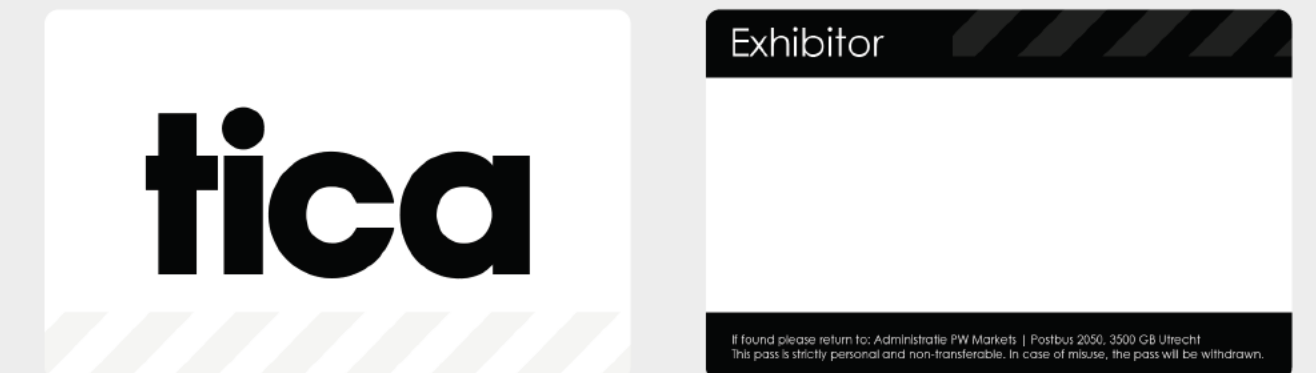
Vermijd

Gebruik géén zwart-wit strepen op kleine uitingen zoals kaartjes. Kies hier altijd voor tone-in-tone strepen.

Tone-in-tone strepen

Tone-in-tone strepen gebruik je op andere uitingen, als er genoeg ruimte is. Ze bestaan uit accentkleuren op de bijbehorende basiskleur.

Deze strepen zorgen voor subtiele opvulling, vaak onderaan en soms in een trapvorm rechts omhoog. Ze vormen geen achtergrond, maar creëren balans en vullen lege ruimtes. Waar mogelijk sluiten ze qua uitlijning aan op elementen zoals QR-codes of tekst.



Vormtaal

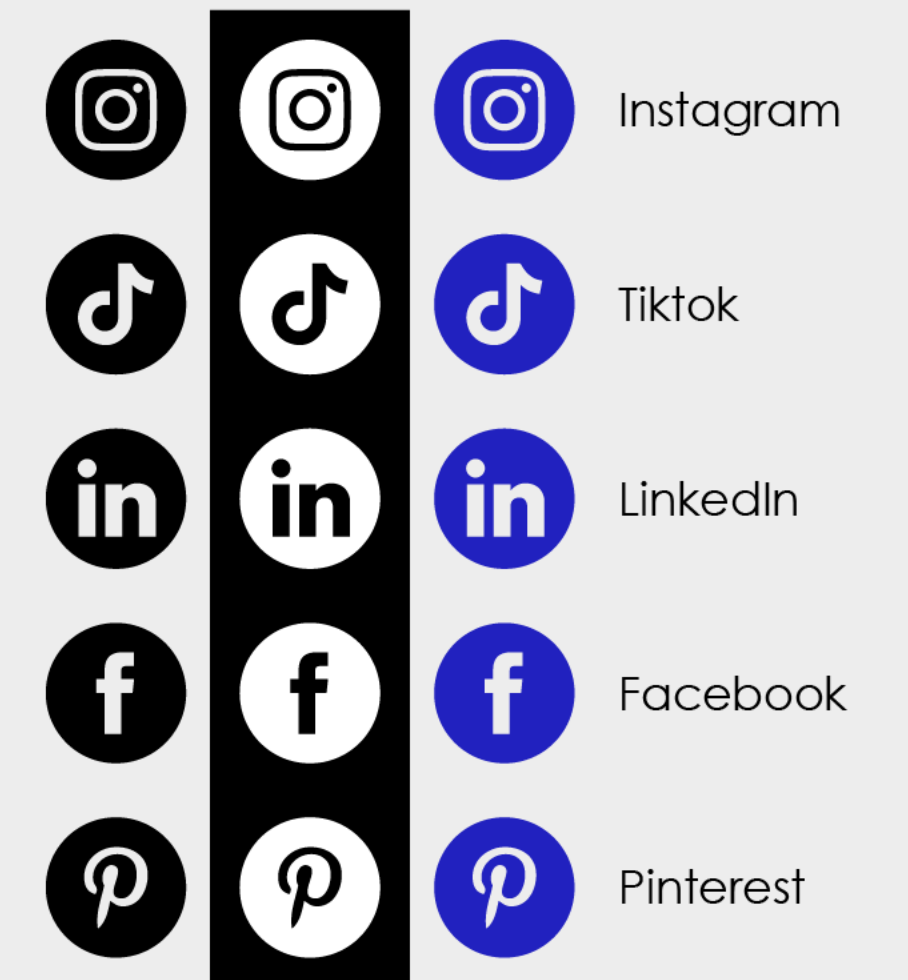
Iconografie web

Web iconografie sturen bezoekers en/of members gericht door de website, maken navigatie logisch en versterken de herkenbare TICA-stijl.

Website



Socials



Vormtaal














Iconografie in-store

Routing-iconen geven duidelijke visuele richting, zorgen voor logische navigatie en versterken de herkenbaarheid van TICA in de ruimte.

Algemene pijlen voor routing

- Instore en belangrijk buiten
- Routing buiten
- Routing bij events

Routing

- | | |
|---|---|
|  Infobalie |  Invalidentoilet |
|  AED |  Verschoonruimte |
|  Nooduitgang | |
|  Kassa | |
|  Bestellingen | |
|  Trap | |
|  Lift | |
|  Karrenparkeerplaats | |
|  Restaurant | |
|  Koffiepunt | |
|  Toilet | |

Routingpijlen

Instore met symbolen Instore en belangrijk buiten met tekst

- | | |
|--|---|
|  Rechtdoor |  |
|  Rechtsboven |  |
|  Rechts |  |
|  Rechtsonder |  |
|  Terug |  |
|  Linksonder |  |
|  Links |  |
|  Linksboven |  |
|  Rechtsom |  |
|  Linksom |  |

Routing buiten met tekst

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Event routing met tekst

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Beeldstijl

P32 – Fotografie

P33 – Locatie fotografie

P34&35 – Beeldrijm

P36 – Overlays

Beeldstijl

Fotografie

TICA-fotografie is trendgericht en inspirerend. Er wordt tijdens het maken van de beelden rekening gehouden met genoeg ruimte voor het TICA-logo of grafische elementen.

Members kopen bij TICA wat past bij hun collectie of project. Foto's zijn daarom vaak productgericht, met voldoende negatieve ruimte boven of naast de tekst. Afhankelijk van het doel of kanaal kan de focus ook liggen op sfeer of setting.

Kleuren in de beelden komen uit de trends, niet per se uit de TICA-huisstijl.

Modellen gebruiken we alleen als het iets toevoegt, bijvoorbeeld bij interviews of communicatie richting exposanten. Voor interne of commerciële acties kunnen personen in beeld komen, als ze relevant zijn (zoals sales of bedrijfsleiders).



Beeldstijl

Locatie Fotografie

Gebruik een mix van close-ups, flatlays en overzichtsbeelden. Wissel af in compositie en stem kleuren op elkaar af, zodat de beelden samen één krachtig en kloppend geheel vormen.



Beeldstijl Beeldrijm

Goed gebruik van beeld

- Mix close-ups, half-totals en overzichtsbeelden
- Zorg voor variatie in producten en stijlen
- Houd de kleurcombinatie consistent. Voor dit voorbeeld geldt: de kleuren peach, zwart en grijs moeten in alle beelden terug komen
- Je ziet dit vooral terug in nieuwsbrieven en op landingspagina's

Fout gebruik van beeld

- Te veel close-ups en te weinig overzicht maakt het geheel rommelig
- Beelden zonder samenhangende kleuren ogen onrustig en missen eenheid



Beeldstijl

Beeldrijm (trend)

Goed gebruik van beeld

- Wissel af tussen textuur, stilleven en flatlay
- Zorg voor variatie in beeld en compositie
- Laat de hoofdkleuren voor dit thema (zalm, geel, beige en roze) in alle beelden terugkomen
- Elke themakleur is anders, maar zorg voor balans met de foto's – beeld en kleur moeten elkaar versterken.

Fout gebruik van beeld

- Beelden met dezelfde compositie voelen herhaald en eentonig
- Het geheel mist samenhang als kleur en beeldsoort niet goed gemixt zijn



Beeldstijl

Overlays

Gebruik gradients of overlays om tekst en elementen beter leesbaar te maken op afbeeldingen. Ze lopen subtiel door tot de rand van de foto – zonder zichtbare lijnen.

Voor gradients en overlays gebruiken we zwart. Bij events, acties, extra's en intern mag ook blauw worden gebruikt.

✓ Wel



✗ Niet



✓ Wel



✗ Niet



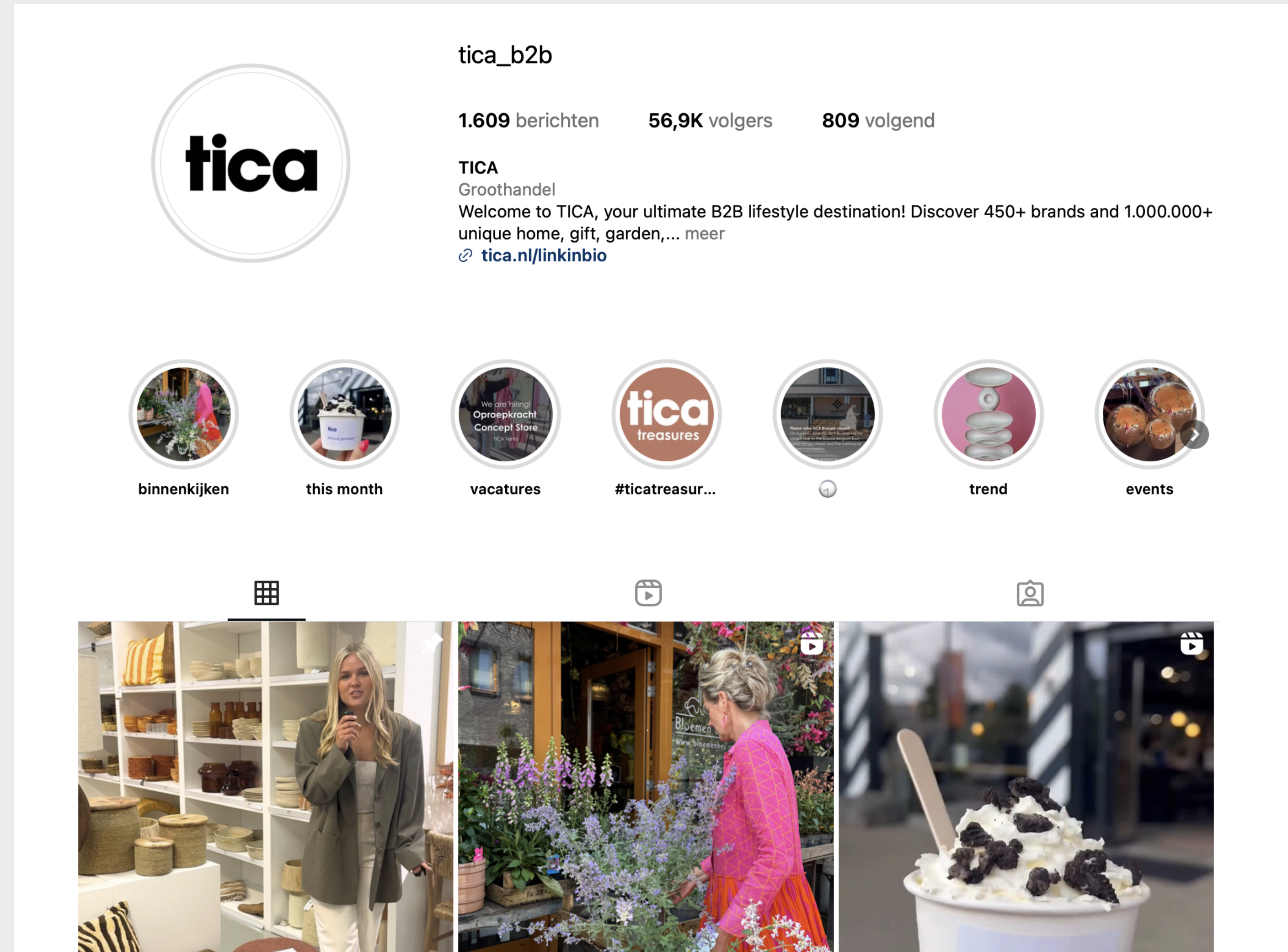
Toepassingen

P38 – Social media

P39 – Digitale kanalen

Toepassingen Social media

Op social media gebruiken we altijd het zwarte TICA-logo op een witte achtergrond. Zo blijft het merk herkenbaar en consistent op alle platforms.



Toepassingen

Digitale kanalen

Gebruik schermvullende beelden met krachtige teksten of animaties voor een sterke visuele indruk.

Buttons

Buttons zijn volledig afgerond en gebruiken tekst in Century Gothic Bold.

- Standaard: oranje (urgent)
- Minder urgent: zwart, wit of transparant grijs
- Trenduitingen: buttons in trendkleuren
- Events: blauwe buttons

Tussenlijnen

Dunne lijnen met afgeronde uiteinden zorgen voor rust en elegantie.

Iconen

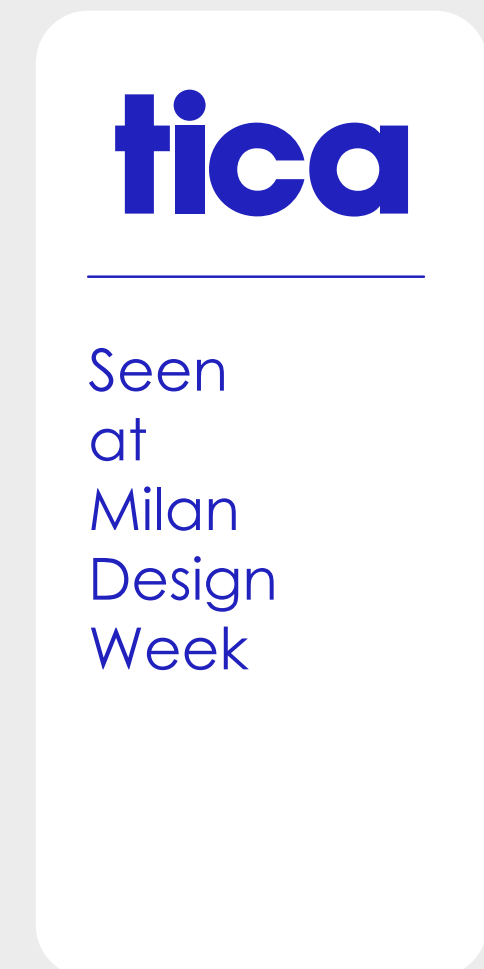
Iconen mogen geplaatst worden op een cirkelvormige achtergrond.

Contact

Bestel nu

Registreer

Verstuur



Bedankt