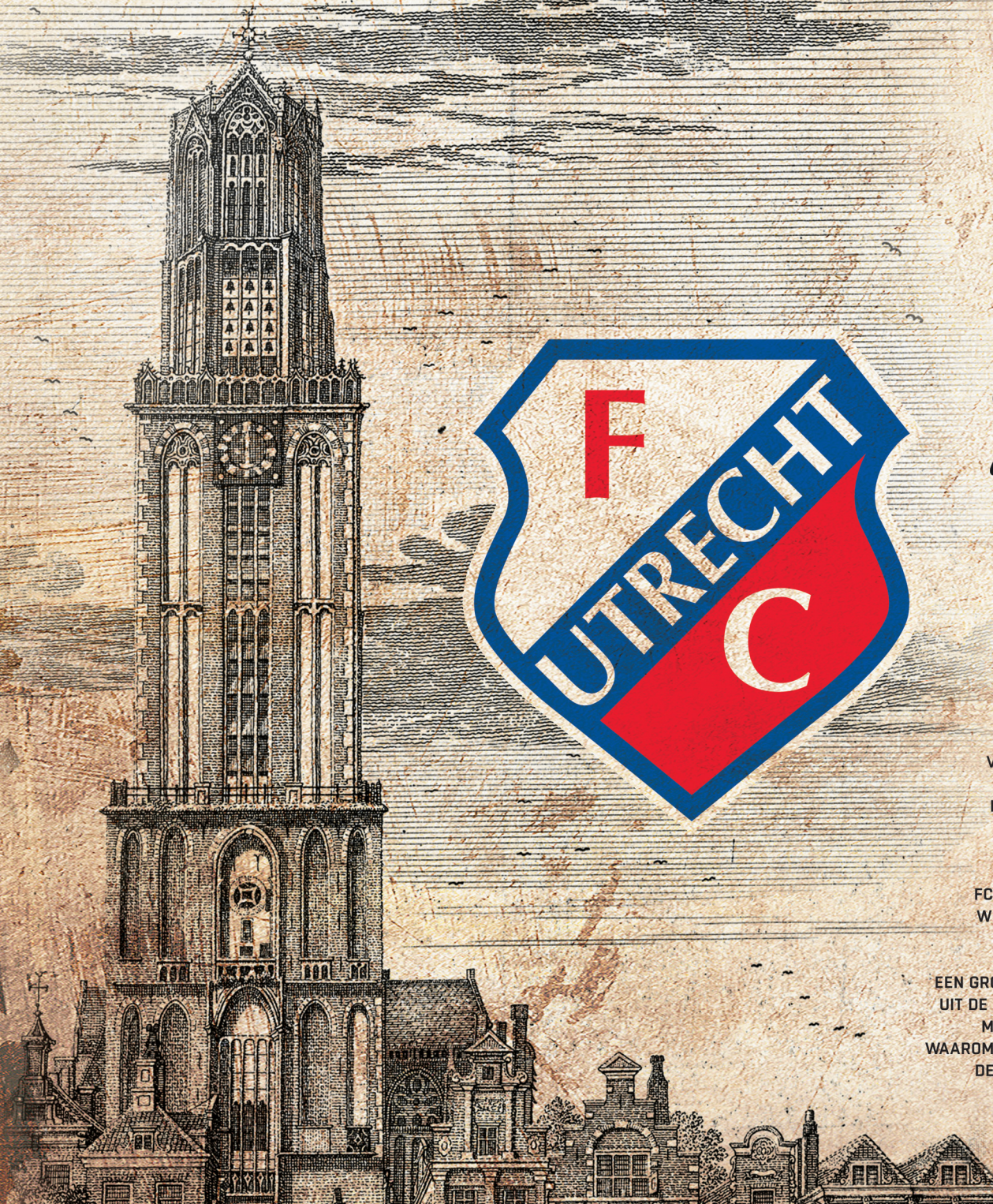


# HET FC UTRECHT HUISSTIJLHANDBOEK





# MANIFEST

A

ALLES WAT VANUIT HET HART KOMT  
IS OPRECHT. VOOR JE RAAP  
EERLIJK EN CONFRONTEREND.  
HARD EN HECHT. DIT IS FC UTRECHT.  
VANUIT HET HART. HIER IS GOED NOOIT  
GOED GENOEG. HET KAN ALTIJD BETER.  
NIET ZWART-WIT DENKEN MAAR ROOD-WIT.  
WIJ ZIEN HET ALS AMBITIE.  
WE MOETEN GROEIEN. TROTS ZIJN.  
OP WAT WE ZIJN EN WAAR WE NAAR TOE  
KUNNEN GROEIEN. DAT GAAT NIET VANZELE,  
DAAR IS TOEWIJDING VOOR NODIG.  
WAARDERING MOET JE VERDIENEN.

DOOR BIJ TE DRAGEN AAN HET COLLECTIEF  
VERANTWOORDELIJKHEID NEMEN. ER BOVENUIT  
DURVEN SCHITTEREN. DOOR TE VOETBALLEN  
MET JE HART. ZONDER JE HOOFD TE VERLIEZEN.  
DOOR NIET ALLEEN JE VOETEN, MAAR OOK  
JE HART TE LATEN SPREKEN.

FC UTRECHT STAAT MIDDEN IN DE SAMENLEVING.  
WIJ ZIJN OPRECHT BETROKKEN BIJ ALLES WAT ER  
OM ONS HEEN GEBEURT. WIJ ZIJN MISSCHIEF  
HARD EN PROFESSIONEEL. MAAR WEL VANUIT  
EEN GROOT HART. FC UTRECHT KOMT NIET VOOR NIETS  
UIT DE DOMSTAD EN IS NET ALS DE STAD VERBONDEN  
MET DE BESCHERMHEILIGE ST. MAARTEN. DAT IS  
WAAROM WE VANUIT HET HART DE BUURT VEROVEREN,  
DE STAD, DE REGIO EN UITEINDELIJK NEDERLAND.  
NIET DOOR HARD TE ROEPEN,  
MAAR DOOR ER MET HET HART  
VOL VOOR TE GAAN.

## VOORWOORD

FC Utrecht is continu in beweging en ontleent het bestaansrecht aan de tienduizenden supporters en honderden businessleden die hun hart hebben verbonden aan de club uit de Domstad. FC Utrecht betaalt in haar doen en laten deze adoratie terug door vanuit het hart te spelen en te besturen.

FC Utrecht ontleent hierbij de kracht van haar positionering en branding aan het verhaal van St. Maarten. St. Maarten, de beschermheilige van de stad Utrecht, deelde zijn rode mantel met een bedelaar, waardoor zijn witte onderkleding zichtbaar werd. De kleuren, wit en rood, zijn vandaag de dag te zien in het stadswapen van Utrecht en zo ook in het logo van FC Utrecht.

Rood en wit. Bij het afsnijden van St. Maartens mantel ontstond die kleurencombinatie. Kleuren die het verhaal vertellen van de club met passie voor haar sport, stad, spelers en haar supporters. Het was het beginpunt van een mooie reis op weg naar een nieuwe huisstijl van de FC, zoals verwoord in dit nieuwe huisstijlhandboek.

FC Utrecht  
November 2017



# INLEIDING



## INHOUD

Manifest	2	Corporate communicatie	20
Voorwoord	3	Algemene richtlijnen 4.1	21
		Briefpapier 4.2	22
Inleiding	4	Factuur Papier 4.3	23
Inhoud	5	Envelop A5 4.4	24
		Envelop A4 4.5	25
Algemene communicatie	6	Gebruik pay-off 4.6	26
Beeldmerk 1.1	7	Gebruik pay-off 4.7	27
Beeldmerk Voorbeelden 1.2	8	Visitekaartjes 4.8	28
Logo FC Utrecht 1.4	10	Visitekaartjes Directie 4.9	29
Plaatsing logo 1.5	11	Lakstempel 4.10	30
Vlakken 1.6	12	E-mailhandtekening 4.11	31
Vlakken voorbeeld 1.7	13	Powerpoint 4.12	32
Wisseling vlakken 1.8	14	Wallpaper 4.13	33
Vlakverdeling 1.9	15	Video 4.14	34
		Fotografie 4.15	35
Kleurgebruik	16	Zakelijk 4.16	36
Kleuren 2	17		
		Contact	37
Typografie	18		
Letterfamilies 3	19		



# ALGEMENE COMMUNICATIE



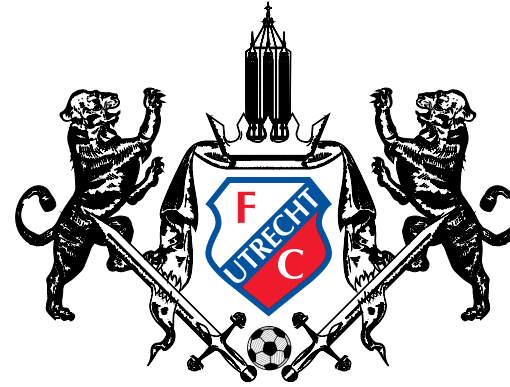
## 1.1 BEELDMERK

*Het beeldmerk vertelt het verhaal van de club. De connectie met het historische verhaal van de stad en de strijdkracht van de spelers vertaald in een symmetrisch lijnenwerk om het logo. De tijgers, als krachtige mascottes, klimmen naar de overwinning; de kroon, om trots te tonen aan de stad. Die trots is vertaald in de Domtoren. De zwaarden tonen de strijdkracht en vertellen het verhaal van St. Maarten, waarbij de mantel doorgesneden werd, waardoor de kleuren van de stad Utrecht ontstonden. De bal, die alles centreert, staat voor de passie voor de sport.*

### Gebruik

Als geheel: het beeldmerk kan als geheel, of deels gebruikt worden. Het lijnenwerk is hierbij of wit, of zwart, of rood.

Over de diagonaal: als het beeldmerk over het diagonaal van een rood vlak geplaatst wordt, dienen de kleuren hierop afgestemd te worden. De kleuren zijn dan tegenstellend aan hun achtergronden.



## 1.2 BEELDMERK VOORBEELDEN

*Als deel: het beeldmerk wordt bij grafische onderwerpen gecentreerd achter het hoofdonderwerp geplaatst.*

### Kenmerken

- Wit lijnenwerk op rode achtergrond.
- Opacity van 30%.
- Logo alleen in het beeldmerk als deze geheel te zien is, anders beeldmerk gebruiken zonder logo.
- Het formaat van het beeldmerk is in verhouding met de breedte van het document. Deze dient minimaal 30% van de langste kant van de uiting te bevatten. Er is geen maximale grootte.







## 1.4 LOGO FC UTRECHT

Het huidige logo is vóór het opstellen van dit handboek ontstaan. De laatst doorgevoerde wijziging is het toevoegen van de witte lijn rondom het schild.

De eSports tak en kidsclub van FC Utrecht hebben eigen logo's. Voor deze logo's gelden dezelfde regels als voor het het algemene logo.

Het logo is standaard opgemaakt in EPS en bevat CMYK kleuren.



### DO'S



Grijstinten



Diapositief

### DONT'S



Schuin zetten



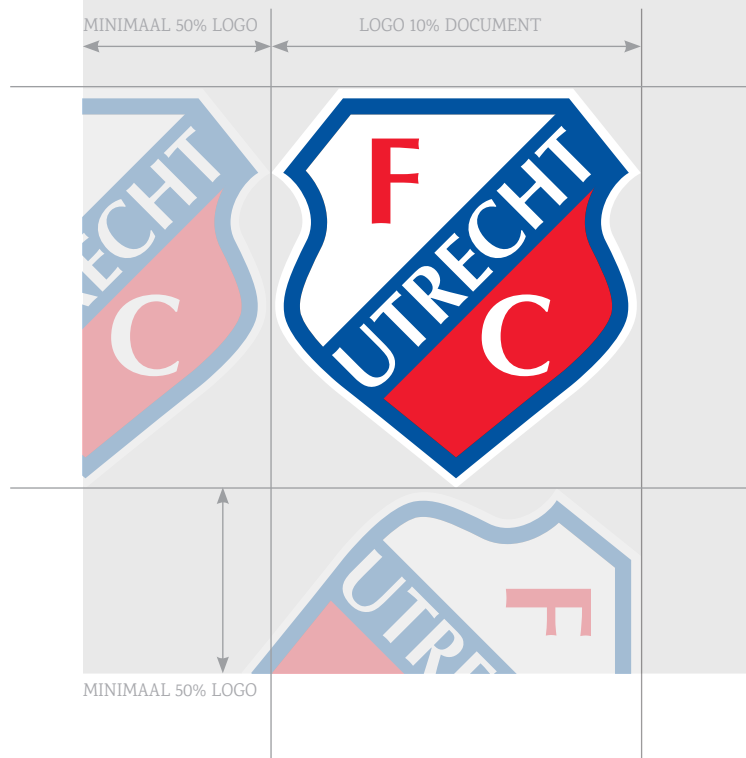
Slagschaduw

## 1.5 PLAATSING LOGO

Als het logo niet als onderwerp wordt ingezet, maar als element in een uiting, dient er aan de volgende richtlijnen te worden voldaan.

- Plaatsing in de linkeronderhoek.
- Er wordt rekening gehouden met een vrijgestelde ruimte. Binnen deze ruimte mogen zich geen overige teksten of grafische elementen bevinden in drukwerk en digitaal gebruik.
- De vrijgestelde ruimte omvat de linker- en onderzijde van het logo, en is zo groot als 50% van het logo.
- Het formaat van het logo is in verhouding met de breedte van het document. Deze verhouding is 10% van de document breedte.

Het logo wordt vaak gebruikt in combinatie met een rood vlak, meer hierover bij Vlakken en Vlakverdeling.



## 1.6 LOGO MET VLAK

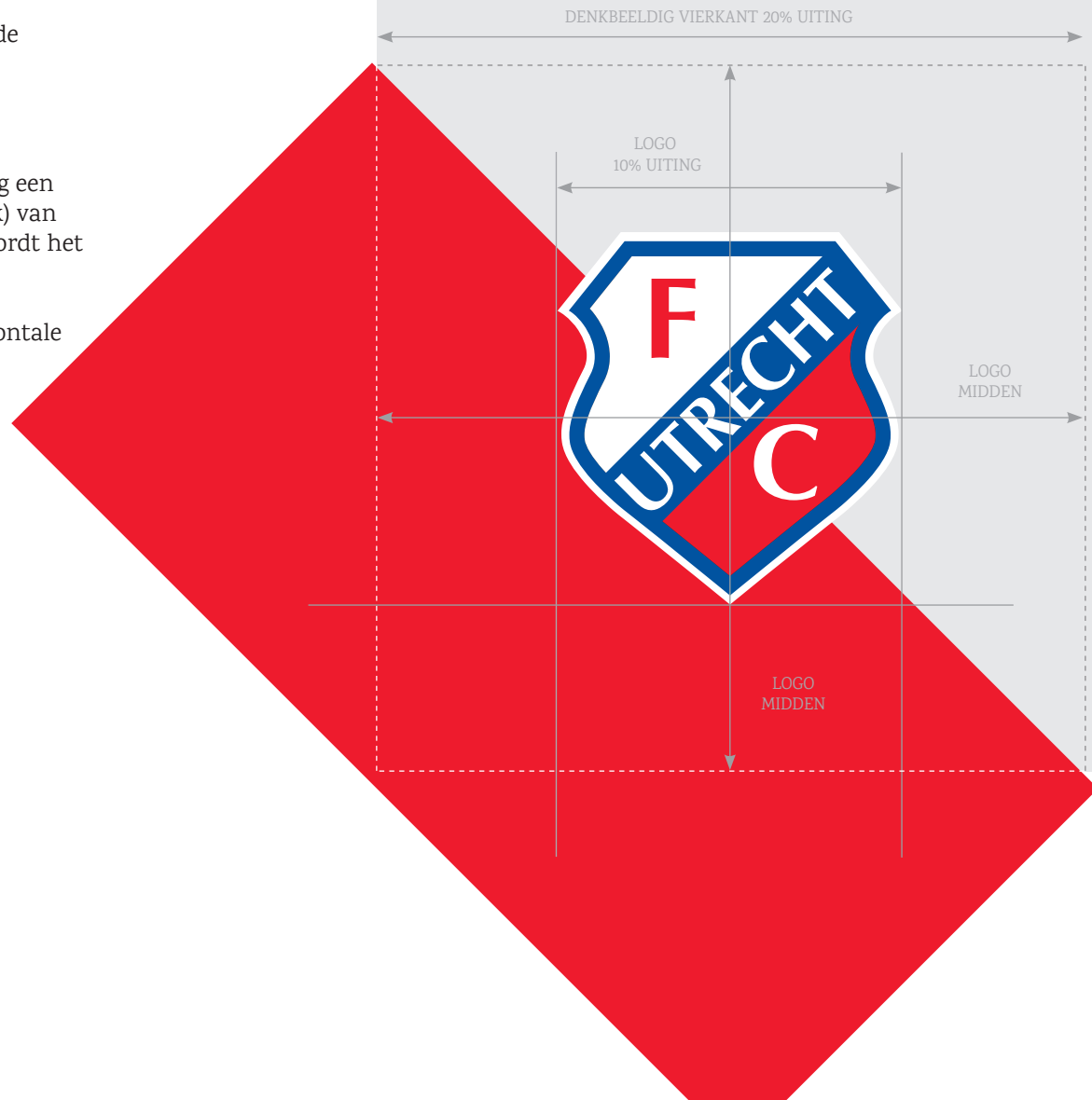
Het rode vlak is een basiselement binnen de visuele communicatie. Het vlak wordt alleen in de linkeronderhoek geplaatst. Hierbij worden er aan de volgende richtlijnen voldaan:

- Het rode vlak is een vierkant of rechthoek dat 45° is gedraaid.
- De onderzijde van het vlak neemt 20% deel van de uiting in beslag.

### Logo plaatsing

Bij het plaatsen van het logo kan men denkbeeldig een vierkant tekenen dat 20% (gelijk aan het rode vlak) van de breedte van de uiting is. Binnen dit vierkant wordt het logo gecentreerd.

- Het logo neemt 10% van de uiting aan.
- Het logo is gecentreerd op het verticale en horizontale midden van het vierkant.

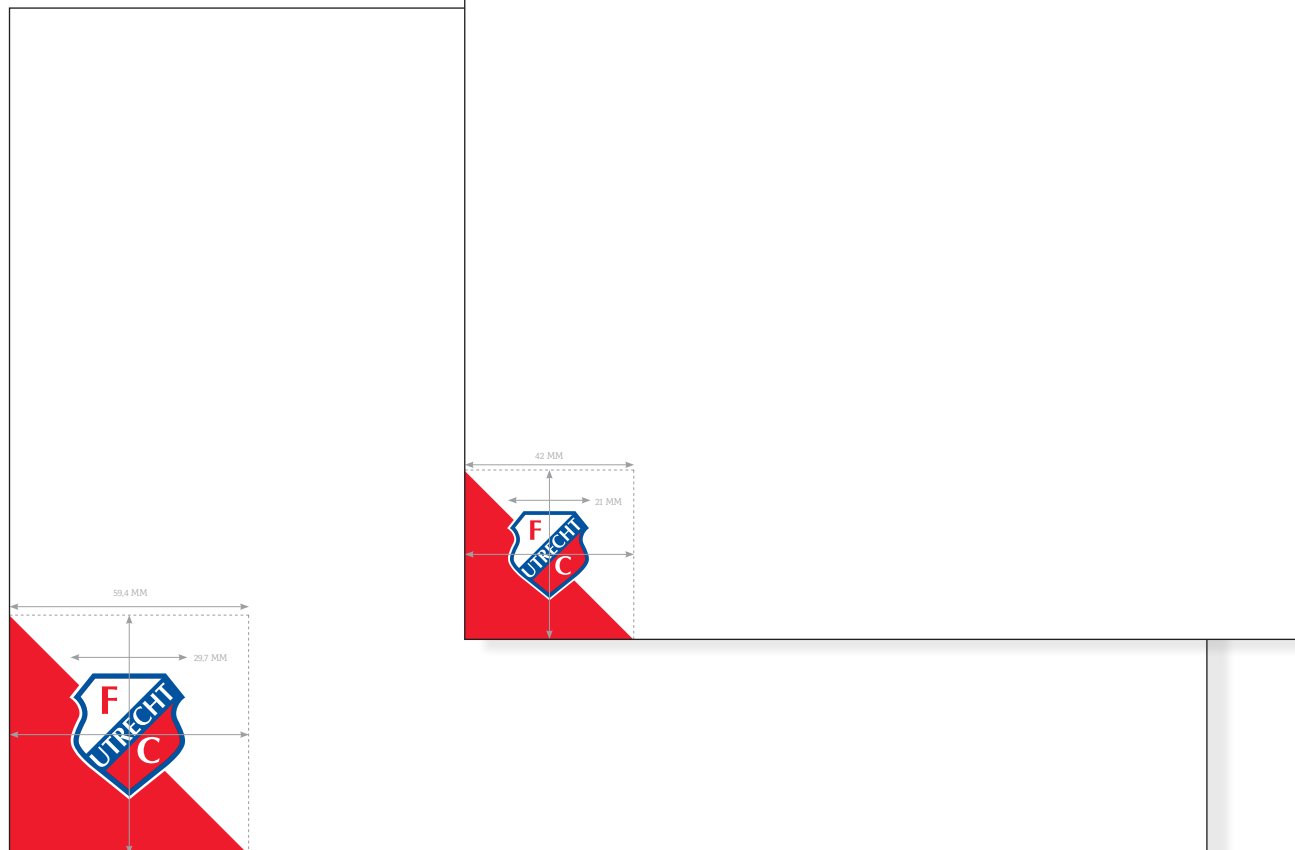


## 1.7 VLAKKEN VOORBEELD

Hierbij een voorbeeld voor A4 staand en liggend gebruik.

A4 is staand 297mm hoog x 210mm breed. Het rode vlak zal 42 mm van de onderzijde beslaan. Het logo is 21 mm breed.

A4 liggend is 210 mm hoog x 297 mm breed. Het rode vlak zal 59,4 mm van de onderzijde beslaan. Het logo is 29,7 mm breed.



## 1.8 WISSELING VLAKKEN

De plaatsing en de verhouding van het vlak zijn vast. Wel kan het voorkomen dat de rode kleur visueel niet past bij de uiting. In dit geval kan gekozen worden voor een wit vlak.

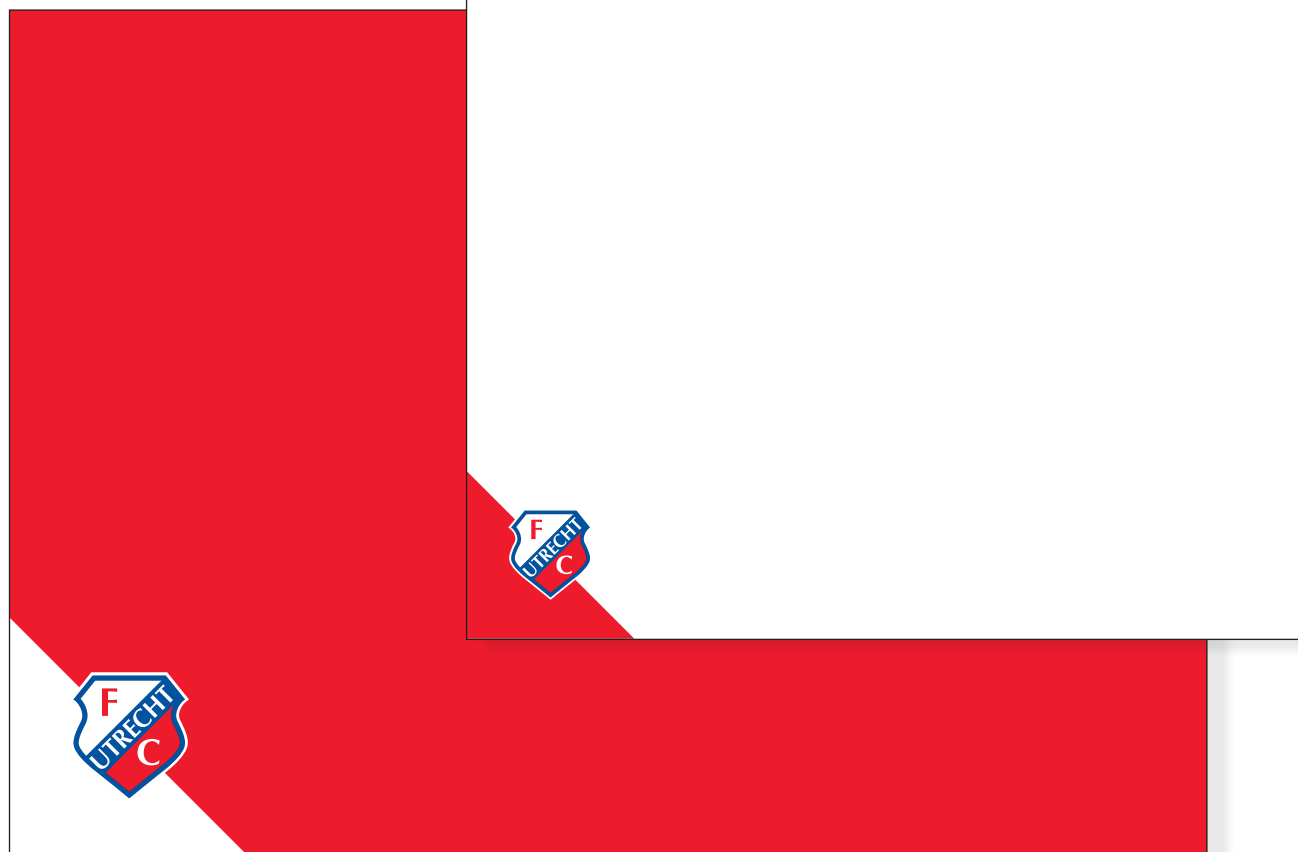


## 1.9 VLAKVERDELING

Het vlak in de linkeronderhoek wordt altijd op dezelfde plek geplaatst met een vaste verhouding.

Wanneer het vlak rood is, dient de rest van de uiting wit te zijn.

Wanneer het vlak wit is, dient de rest van de uiting rood te zijn. Dit kan met de FC Utrecht rode kleur, of met een roodgetinte foto.



# KLEURGEBRUIK





## 2 KLEUREN

Voor elke gedrukte uiting dient een kleurproef te worden gedaan. Deze moeten uitsluitend geven over kleurechtheid voordat een printopdracht wordt gegeven.

De basiskleuren voor de huisstijl zijn rood, blauw, zwart en wit.



Rood  
R.228 G.5 B.34  
C.0 M.100 Y.90. K.0  
WEB #e40521

Blauw  
R.0 G.73 B.150  
C.100 M.72 Y.0 K.6  
WEB #004996

Zwart  
R.0 G.0 B.0  
C.0 M.0 Y.0 K.100  
WEB #000000



N.B. De weergave van de drukkleuren in dit hoofdstuk kan wegens variatie binnen CMYK en RGB afwijken op print. Voor exacte kleurreferenties raadpleeg de kleurenwaaiers.

# TYPOGRAFIE



## 3 LETTERFAMILIES

*Een gewaagde combinatie van kracht, moderniteit en aandacht, tegenover historisch en leesbaar. Grota en Karma zijn een geschikte combinatie.*

### Basis documenten

- Grota Sans Alt Black in kapitalen voor titels.
- Subtitels in Karma Bold, onderkast.
- Broodtekst in Karma Regular, onderkast.
- De titel is tweemaal groter dan de broodtekst. In een A4 uit zich dat in een titel van 20 pt, tegenover een broodtekst van 10 pt.
- Als er een tekst uitspringt, gebeurt dit in Karma Bold, met dezelfde grootte als de broodtekst.

### Kleur

- Grota Sans Alt Black voor titels, in rood, zwart of wit.
- In drukwerk met witte achtergrond (zoals facturen en brieven) is de broodtekst zwart.

Voor het gebruik van tekst in grafische uitingen is de tekstverhouding afwijkend. Zie hiervoor pay-off.

## TITELS GROTA SANS ALT / 20 PT. BLACK IN KAPITALEN

**Subtitel Karma / 10 pt. Bold / In onderkast**

Tekst Karma / 10 pt. Regular / In onderkast / Regelafstand 12pt.



# CORPORATE COMMUNICATIE



## 4.1 ALGEMENE UITSTRALING

*St. Maarten, de beschermheilige van de stad Utrecht, deelde zijn rode mantel met een bedelaar, waardoor zijn witte ondergewaad zichtbaar werd. De kleuren, wit en rood, zijn vandaag de dag te zien in het stadswapen van Utrecht en zo ook in het log van FC Utrecht. Een gebeurtenis die belangrijk is voor de Utrechtse geschiedenis en daarom een prachtig tafereel om aan herinnerd te worden.*



Rood en wit. Bij het afsnijden van St. Maartens mantel ontstond die kleuren combinatie. Kleuren die het verhaal vertellen van de club met passie voor haar sport, stad, spelers en haar supporters. De huisstijl bevat elementen die doen denken aan de kunst waarin St. Maarten wordt afgebeeld. De link naar het verleden is subtiel.

Uitgangspunten

- Gebruik van logo in vlak linksonder.
- Gebruik van fotografie in roodtinten.
- Toepassen van beeldmerk.
- Typografie extern: Grota Sans en Karma.



## 4.2 BRIEFPAPIER

Papiersoort: Soporset fsc wit  
Gramsgewicht: 90 gram  
Formaat: A4 (210x297 mm)

### Elementen

Voorkant:  
Beeldmerk klein, datum en titel.  
Aanhef in Grota Alt Sans (kapitalen), rood.  
Broodtekst en groet in Karma Regular zwart.  
Afzender in Karma Bold, zwart.  
Rood vlak met logo.  
Sponsors logo's.  
BTW en KVK nummers.

Achterkant:  
Beeldmerk groot.  
Rood vlak met logo.



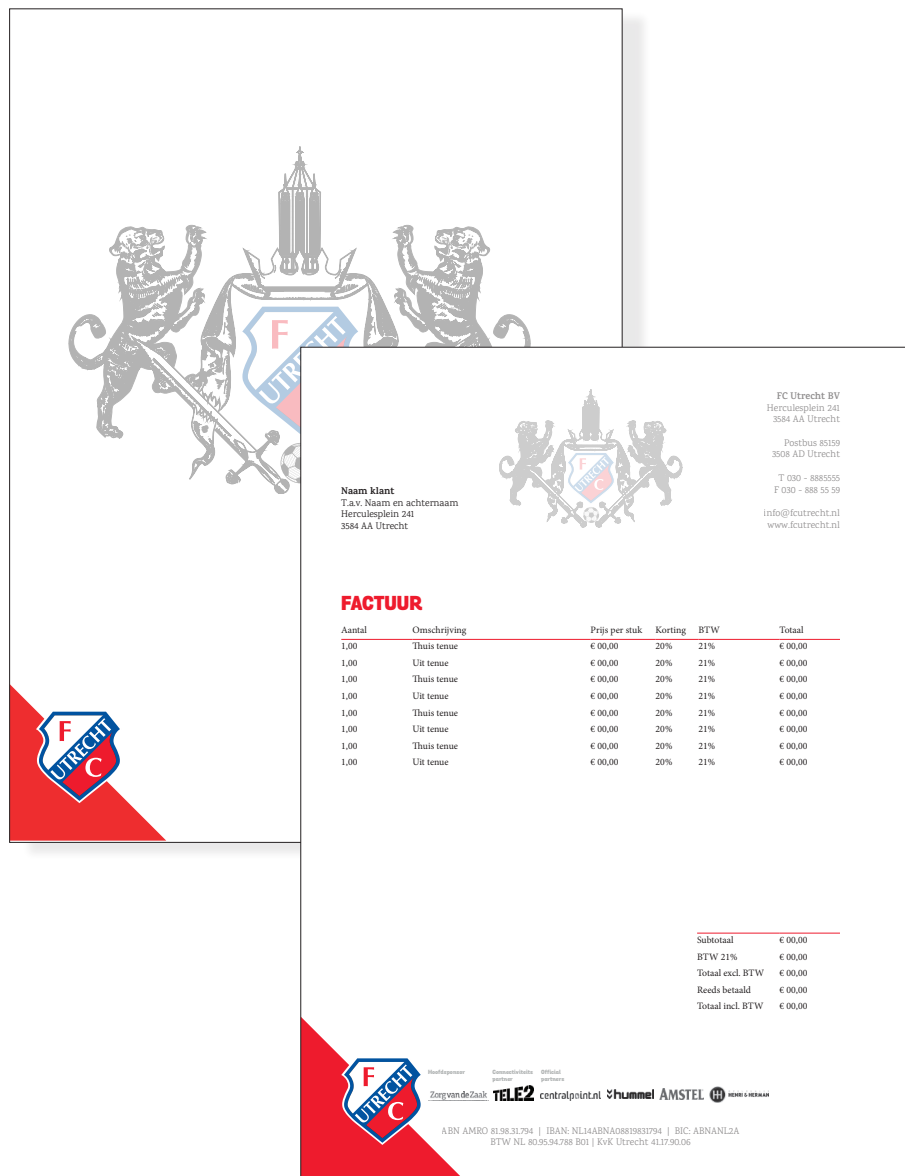
## 4.3 FACTUURPAPIER

Papiersoort: Soporset fsc wit  
Gramsgewicht: 90 gram  
Formaat: A4 (210x297 mm)

### Elementen

Voorkant:  
Contact gegevens klant.  
Beeldmerk.  
Contact gegevens FC Utrecht.  
Factuur titel in Grota Alt, rood.  
Factuurtekst in Karma regular.  
Rood vlak met logo.

Achterkant:  
Beeldmerk groot.  
Rood vlak met logo.  
Logo's sponsors.



## 4.4 ENVELOP A5

*De binnenkant van een enveloppe is een geschikte plaats om het verhaal van het ontstaan van de kleuren van Utrecht te vertellen en een link te leggen met het verleden.*

Papiersoort: Soporset fsc wit  
Gramsgewicht: 90 gram  
Formaat: EA5 (220 x 156mm)

### Elementen

Voorkant:

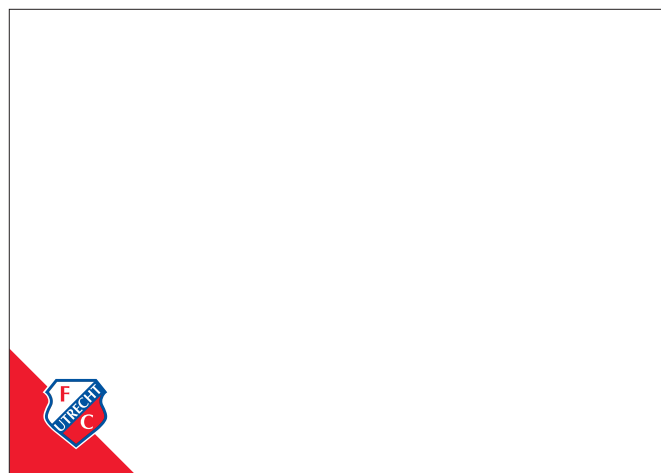
Afhankelijk van de inhoud van de brief bevat de voorkant van de enveloppe het beeldmerk met adresgegevens of is het leeg.

Achterkant:

Afhankelijk van de inhoud van de brief bevat de achterkant van de enveloppe het rode hoekje met het logo of is het leeg.

Binnenkant:

Wit lijnenwerk met een tekening van het tafereel van St. Maarten met tekst.





## 4.5 ENVELOP A4

Papiersoort: Soporset fsc wit  
Gramsgewicht: 120 gram  
Formaat: C4 (229 x 324mm)

### Elementen

Voorkant:

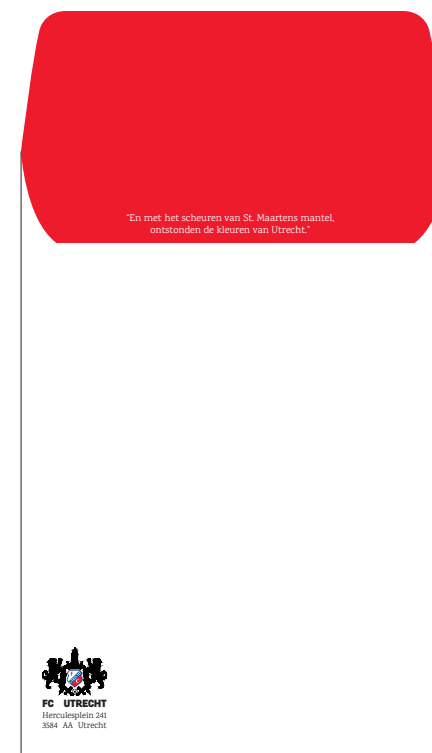
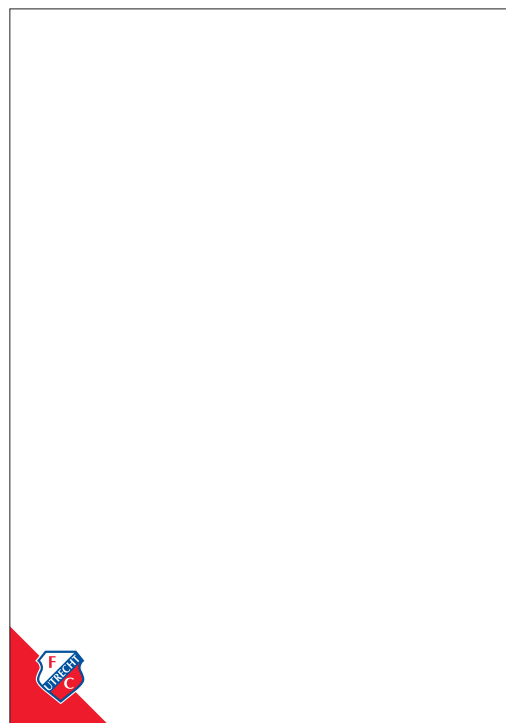
Afhankelijk van de inhoud van de brief bevat de voorkant van de enveloppe het beeldmerk met adresgegevens of is het leeg.

Achterkant:

Afhankelijk van de inhoud van de brief bevat de achterkant van de enveloppe het rode hoekje met het logo of is het leeg.

Binnenkant:

Wit lijnenwerk met een tekening van het tafereel van St. Maarten met tekst.



## 4.6 GEBRUIK PAY-OFF ZONDER LOGO

**1.** Binnen de visuele elementen wordt de pay-off "FC Utrecht vanuit het hart" geplaatst. Deze dient volgens de volgende richtlijnen geplaatst te worden wanneer het logo niet is toegepast.

- Rechts uitgelijnd.
- Totale breedte is 2/5 van de uiting.
- Witruimte rechts en onder is minimaal 1/20.

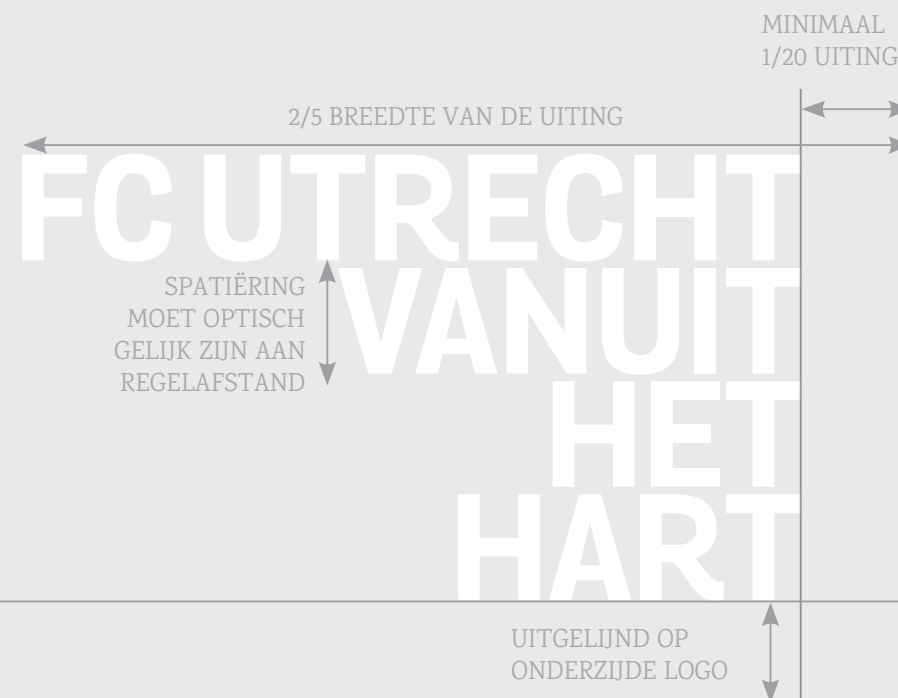
- Letterafstand is op het oog gelijk aan de spatiëring.
- Bij staande uitingen wordt de tekst over 4 regels verdeeld
- Bij liggende uitingen wordt de tekst over 3 regels verdeeld.



## 4.7 GEBRUIK PAY-OFF MET LOGO

Binnen de visuele uitingen wordt de pay-off "FC Utrecht vanuit het hart" geplaatst. Deze dient volgens de volgende richtlijnen geplaatst te worden, als het logo ook toegepast is.

- Rechts uitgelijnd.
- Totale breedte is 2/5 van de uiting.
- Witruimte rechts minimaal 1/20.
- Uitlijning aan de onderzijde is gelijk met de uitlijning van het logo.
- Letterafstand is op het oog gelijk aan de spatiëring.
- Bij staande uitingen wordt de tekst over 4 regels verdeeld
- Bij liggende uitingen wordt de tekst over 3 regels verdeeld.



## 4.8 VISITEKAARTJES

Vlakverdeling van de visitekaartjes is afwijkend, in verband met de grootte van deze uiting.

Papiersoort: Houtvrij mat mc  
Gramsgewicht: 400 gram  
Formaat: 85 x 55 mm

### Elementen

Voorkant:

- Rood diagonaal over de gehele hoogte.
- Functie in karma bold, 7 pt.
- FC Utrecht in Grota Alt, 14 pt.
- Adres in karma regular, 7 pt.
- Contactgegevens in Karma Regular, 7 Pt en een spatiëring van 4 pt.

Achterkant:

- Persoonlijke foto van de eigenaar van het kaartje, met beeldmerk.
- Of: algemene foto van speler met beeldmerk.
- Pay-off in Grota Alt 14 pt uppercase.



## 4.9 VISITEKAARTJES DIRECTIE

Vlakverdeling van de visitekaartjes is afwijkend, in verband met de grootte van deze uiting.

Papiersoort: houtvrij silk mc  
Gramsgewicht: 350 grams  
Formaat: 85 x 55 mm  
Druk: in combinatie met foliedruk voor luxe uitstraling

### Elementen

Voorkant:

- Rood diagonaal die is uitgesneden over de gehele hoogte, deze kan omgeklapt worden.

Hier staat in foliedruk de helft van het logo met beeldmerk.

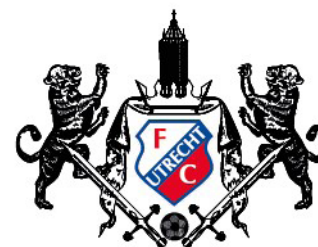
Binnenkant:

- In het diagonaal uitgesneden vlak staat aan de binnenkant de tekst; "En met het scheuren van Sint Maartens mantel, ontstonden de kleuren van Utrecht." Als link naar Utrecht en haar geschiedenis.
- Op de rechterzijde staat het beeldmerk met logo in zijn geheel, exact uitgelijnd op het halve logo aan de voorkant
- Naam in karma Bold, 8 pt.
- Functie en contactgegevens in Karma regular, 8 pt en een spatiering van 9 pt.

Achterkant:

- Persoonlijke foto van de eigenaar van het kaartje, met beeldmerk.
- Pay-off in Grota Alt 14 pt uppercase.

"En met het scheuren van Sint Maarten's mantel, ontstonden de kleuren van Utrecht."



E. Ten Hag  
Hoofdtrainer  
+316 12345678

Het.emailadresishetlangst@fcutrecht.nl



## 4.10 LAKSTEMPEL

30 mm lakstempel met logo.

Bij sponsor- of arbeidscontracten borduurt FC Utrecht voort op de brandstory. De enveloppen waarin de contracten worden verstuurd, zijn verzegeld met een lakstempel waarin het logo terugkomt. Het is een hommage aan de rijke historie van de stad.

De lakstempel kan ook worden gebruikt bij het authenticeren van oorkondes of waardepapieren.



## 4.11 E-MAILHANDTEKENING

### Elementen:

- Rode vlak op 20% van de langste kant.
- Beeldmerk gecentreerd over het rode vlak.
- Contactgegevens van de afzender in Karma Regular.
- Ruimte voor een commerciële tagline in Grota Alt.



Erik ten Hag | Trainer  
06-12345678  
e.tenhag@fcutrecht.nl

**NIEUWE TENUE NU  
TE KOOP**



## 4.12 POWERPOINT

### Elementen

Titel in Grota Alt Sans Black kapitalen 60 pt.

Ondertitel in Karma regular 30 pt.

Bij rode achtergrond witte tekst, bij witte achtergrond zwarte tekst.

Bij rode achtergrond wit vlak, bij witte achtergrond rood vlak.

Er zijn drie presentaties beschikbaar om te gebruiken:

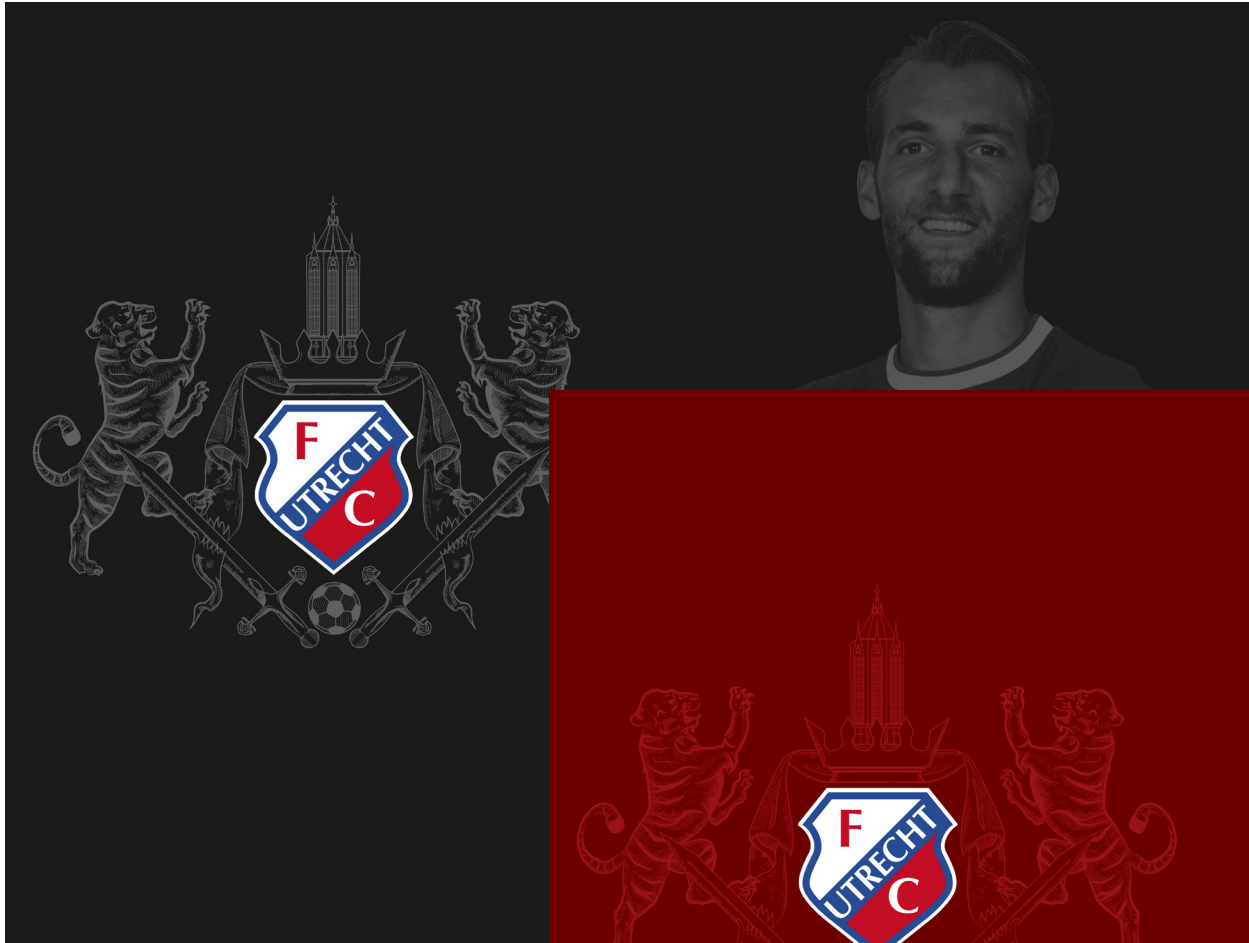
- Extern
- Intern
- Combinatie intern/extern





## 4.13 WALLPAPER

# WALLPAPER 4.13



## 4.14 VIDEO

De huisstijlrichtlijnen die gelden voor de opmaak van video's vind je hieronder. Dit gaat om gebruik van watermerk, intro & outro, animatie & lowerthirds.

### Opmaak

#### Watermerk

- Het FC Utrecht logo is samen met het schuine vlak, een vierkant of rechthoek die 45° gedraaid is, links onderin de hoek geplaatst.

#### Intro & outro animatie

- Elke video die door FC Utrecht gemaakt wordt, moet voorzien zijn van de intro en outro animatie. Voor eSports is er een aparte animatie.

#### Lowerthirds

- In de rode/zwarte balk komt met witte letters de naam van de persoon in kwestie.
- In de witte balk komt met rode letters de functie van de persoon in kwestie.
- In de witte eSports balk komt met zwarte letters de functie van de persoon in kwestie.
- Naam in Grota Alt Black, Schaalbaar
- Functie Karma Regular, 39 pt.



## 4.15 FOTOGRAFIE

De huisstijlrichtlijnen die gelden voor de opmaak van foto's vind je hieronder.

### Opmaak

- Standaard worden de foto's voor een website album opgemaakt in 600x400 px.
- Hierop is het watermerk altijd links onderin terug te zien, afmeting 90x90 px.

### Archief

De fotografie van FC Utrecht staat gearchiveerd op de FC Utrecht fotoschijf: \FCUmedia\FCUphoto

Voor gebruik en aanvraag van foto's dient ten alle tijden de FC Utrecht media-afdeling gecontacteerd te worden.



## 4.12 ZAKELIJK

*Voor zakelijke communicatie wordt er gebruik gemaakt van een donkere kleurstelling. Met een titel in rood/wit kleurstelling*

### Elementen

- Zwarte laag wordt op 50% transparantie over de originele foto geplaatst.
- In combinatie met een zwart/wit laag.
- In geval van vaste zwart/wit foto is alleen de zwarte laag van belang.
- Titel in Grota Alt, 20 pt.
- Rood/wit gradient laag wordt over de titel gelegd.



# CONTACT

Heb je vragen over het gebruik van het huisstijlhandboek, richt je dan tot de afdeling Marketing & Media. FC Utrecht heeft iemand die gespecialiseerd is in 'brand management', die je verder kan helpen.

Daarnaast is het zo dat de afdeling Marketing & Media graag vooraf inzage krijgt in alle uitingen waar een officieel FC Utrecht logo op staat. Alleen op deze manier kunnen wij waarborgen dat de huisstijl van FC Utrecht gewaarborgd blijft. Betrek de afdeling dus bijtijds bij je ontwerp.

Samen maken wij FC Utrecht; vanuit het hart!

Succes met het huisstijlhandboek!

Afdeling Marketing & Media





FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017

FC UTRECHT VS FC ZENIT  
16-08-2017