



MERKHANDBOEK



Dit 'Merchandboek' wil iedereen wegwijs maken in het praktisch gebruik van het Meetjeslandmerk in zijn of haar communicatie.

Het gaat immers om een beschermd merk, waaraan een specifieke uitstraling, een rijke inhoud en een set waarden vasthangen.

'Meetjesland, maak het mee' is dus geen logo en kan niet zomaar gebruikt worden.

Dit Merkhandoek 'Meetjesland, maak het mee' werd ontwikkeld in 2011 en is één van de resultaten van de werkzaamheden van de Werkgroep Regiocommunicatie, die actief was in de schoot van het Streekplatform+ Meetjesland. Het Merkhandoek kwam tot stand binnen het Doelstelling 2- project 'Merk-waardig Meetjesland'.

Dank aan de Werkgroep Regiocommunicatie, hun voorzitter Jacques De Rijcke en alle leden voor hun inzet en engagement.

Redactieteam:

Luc Feusels (Plattelandscentrum Meetjesland)

Astrid Van Kleef (Plattelandscentrum Meetjesland)

Erik Hennes (Toerisme Meetjesland)

Wim Beernaert (Nelson Inspires)

Ann Van Laere (Streekplatform+ Meetjesland)

Els Oyaert (Streekplatform+ Meetjesland)

Geert Van de Woestyne (Streekplatform+ Meetjesland)

Eindredactie: Ann Van Laere en Els Oyaert

Contactadres:

Streekplatform+ Meetjesland, Oostveldstraat 91, 9900 Eeklo,

streekplatform@meetjesland.be,

www.meetjesland.be

Vormgeving: www.miene.be

Datum: 8 april 2012

Inleiding	6
Doel	7

DEEL 1

2	Het Meetjesland en zijn merk	8
2.1	De 9 doelstellingen van het Toekomstplan 'Meetjesland 2020'	8
2.2	De 4 doelstellingen van het Meetjeslandmerk	9
3	Doelgroepen	10
4	Verspreiding van het merk	11
5	Naleven van de merkvoorwaarden	12
5.1	Geregistreerd merk	12
5.2	Categorieën merkgebruikers	12
5.3	Categorie I: structurele partners en hun clusters / netwerken	14
5.4	Categorie II : individuele leden van clusters en netwerken (gecoördineerd door de regionale organisaties)	15
5.5	Categorie III: alle andere merkgebruikers	16
6	Voorwaarden voor merkgebruik	17
6.1.	Procedureel	17
6.2	Inhoudelijk	17
6.3	Vormelijk	18
6.4	Het regiomerk in combinatie met een kwaliteitslabel	18
7	Ondersteuning	19

DEEL 2

8	Huisstijlrichtlijnen	22
---	----------------------------	----

DEEL 3

9	Het regiomerk in uw communicatie: inspiratie nodig?	26
9.1	Landschap & Gebouwen	27
9.2	Voertuigen	33
9.3	Horeca & Streekproducten	36
9.4	Evenementen	42
9.5	Drukwerk & websites	46
9.6	Relatiegeschenken & Kledij	52
	Toekomstplan 'Meetjesland 2020'	54

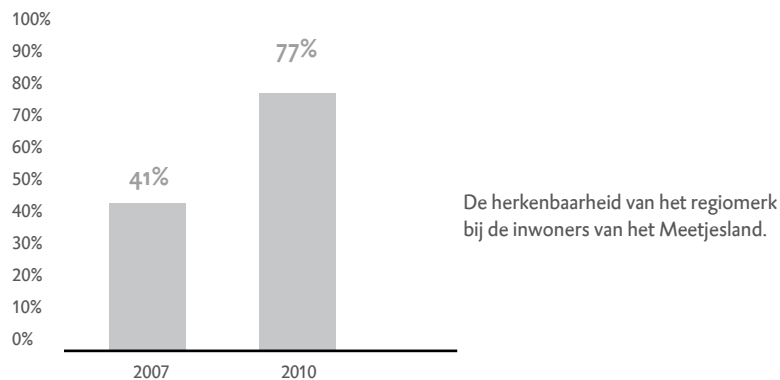
De burgemeester van Londen zei ooit: 'Mijn stad is rijk aan mensen met wel 180 verschillende nationaliteiten. Maar één ding hebben ze gemeen en dat is Londen'. Voor het Meetjesland geldt hetzelfde. De 180.000 inwoners vormen samen het Meetjesland, ongeacht hoe verschillend ze wel zijn.

In januari 2007 werd 'Meetjesland, maak het mee' gelanceerd op de Meetjeslandse Nieuwjaarsreceptie, in aanwezigheid van 400 stakeholders uit de regio. Een nieuw regiomerk, bestaande uit een fris logo en een sprekende baseline.

Het regiomerk werd die avond mee op de wereld losgelaten door de Ierse projectpartners uit West Cork. Sinds begin jaren '90 bouwden zij een sterk regiomerk uit ('West Cork, a place apart'). Dankzij dat merk stegen de bekendheid en de werkgelegenheid van de regio. Er kwamen meer succesvolle streekproducenten en op toerisme gerichte ondernemers en er ontstond vooral een grotere trots en fierheid bij de inwoners.

Hoewel de naam 'Meetjesland' al dateert van in de jaren 1700, heeft de streek qua naambekendheid en op vlak van gezamenlijk initiatief namens de streek, pas een echte vlucht genomen sinds de jaren '90. Vele organisaties die de naam 'Meetjesland' dragen, ontstonden in die periode. Halfweg de jaren 2000 stak het begrip 'Regional Branding' overal in Europa de kop op. Vandaag vinden we het normaal, en juichen we het zelfs toe, dat onze reisbestemming zich van andere streken of steden wil onderscheiden met een eigen logo, eigen producten, tradities, waarden en dat het toekomstperspectieven met gedurfde projecten voorstelt.

Sinds de lancering van het Meetjeslandmerk hebben velen zich erachter geschaard, onder meer door het merk op te nemen in hun corporate communicatie. Een brede enquête (2010) wees uit dat 70% van de mensen het beeldmerk (logo en baseline) kennen, wat een bijzonder sterk resultaat is.



Met de inhoud en de waarden van het regiomerk willen we een sterk en positief imago aan de regio geven. Het regiomerk heeft daarnaast ook potentieel naar economische ontwikkeling toe: het merk versterkt de ondernemer in de regio, en omgekeerd versterken sterke ondernemers de regio en het merk.

Dat houdt in dat er erg veel zorg voor het merk moet gedragen worden en dat correct gebruik ook bewaakt moet worden. Dat gebeurt middels het naleven van een aantal basisprincipes en enkele eenvoudige regels.

Dit 'Merkhandboek' wil iedereen wegwijs maken in het praktisch gebruik van het Meetjeslandmerk in zijn of haar communicatie.

Het gaat immers om een beschermd merk, waaraan een specifieke uitstraling, een rijke inhoud en een set waarden vasthangen.

'Meetjesland, maak het mee' is dus geen logo en kan niet zomaar gebruikt worden.

Eeklo, maart 2012

Missie van het Meetjesland (uit: Meetjesland 2020, toekomstplan)

Het Meetjesland wil een aantrekkelijke regio zijn waar mensen graag wonen, leven en te gast zijn omwille van de open ruimte en de goede bereikbaarheid. Tegelijk wil het een sociale regio zijn met levendige dorpskernen en waar iedereen meetelt.

Het Meetjesland wil een vooruitstrevende regio zijn, die inspelt op nieuwe ontwikkelingen en meerwaarde haalt uit zijn landelijke identiteit.

Het Meetjesland wil een dynamisch netwerk zijn met mensen die het verschil maken en organisaties die samenwerken met elkaar en met de naburige steden en regio's.

2. HET MEETJESLAND EN ZIJN MERK

Het Toekomstplan 'Meetjesland 2020' formuleert de ambities van de streek voor de komende generaties. Het plan werd opgebouwd vanuit 8 belangrijke kernwaarden en een missie van het Meetjesland. Hieruit ontstonden 9 doelstellingen, die voor inwoners en stakeholders de richting uitzetten voor de toekomst, en een kader bieden aan al wie dagelijks actief is in de regio. Welke krachtlijnen zijn belangrijk om nu op in te zetten? Willen we aan de generaties na ons een regio nalaten die nog steeds de moeite waard is? Zo kwam ook de behoefte aan een sterkere regioprofilering naar boven. Daarom ontwikkelde een communicatiebureau een logo en baseline die de 9 doelstellingen zo goed mogelijk vertalen en uitbeelden.

2.1 De 9 doelstellingen van het Toekomstplan 'Meetjesland 2020'

- 1 Inzetten op landschappelijke kwaliteit
- 2 Werk maken van aantrekkelijke centra en dorpen
- 3 Toekomst geven aan onze economie
- 4 Een goed georganiseerde mobiliteit
- 5 Grensoverschrijdend samenwerken
- 6 Aanmoedigen van vorming en innovatie
- 7 Een effectieve en efficiënte regionale samenwerking
- 8 Een sterk merk uitdragen
- 9 Duurzaamheid (economische, sociale & ecologische duurzaamheid)

2.2 De 4 doelstellingen van het Meetjeslandmerk

① Een toekomstperspectief voor de regio

Het regiomerk is de vertaling van het toekomstplan 'Meetjesland 2020' naar een logo en een baseline, die de 9 doelstellingen zo goed mogelijk weergeven.

② Een grotere bekendheid en een sterker imago van de regio

- We streven een grotere bekendheid van de streek na in heel Vlaanderen en zo ver mogelijk daarbuiten. Dat heeft een positief effect op onder meer toerisme en recreatie in de streek. Maar ook de troeven om in het Meetjesland te wonen en te werken worden uitgespeeld.
- Iedereen heeft baat bij een positief imago van zijn streek. Het trekt nieuwe inwoners aan, evenals ondernemers, toeristen en recreanten. Ook gemeentebesturen hebben er baat bij als hun gemeente geassocieerd wordt met een sterke regio.

③ Een sterker Meetjeslandgevoel bij de inwoners

Het merk weerspiegelt de identiteit van het Meetjesland. Als inwoners zich nog meer bewust worden van de troeven van de streek waarin ze wonen, kan de verbondenheid tussen de inwoners, het 'wij-gevoel', nog meer groeien. Mensen die zichzelf Meetjeslander voelen en noemen, zijn immers ambassadeurs van de streek, en zijn bereid zich ervoor te engageren.

Het groene blad geeft de kwaliteitsvolle leefomgeving weer, de grootste troef van het Meetjesland, binnen een sterk verstedelijkt Vlaanderen.

④ De dynamiek van de gemeenschap: ondernemingszin en samenwerking:

Een streek wordt gemaakt door mensen.

- Netwerkvorming en samenwerking verder uitbouwen staan centraal. Het regiomerk moet mensen en allerlei instanties nog meer stimuleren om gemeenteoverschrijdend samen te werken. Met gebundelde krachten sta je nu eenmaal sterker.
- Ondernemerschap in al zijn vormen, zij het bij bedrijven, besturen, individuen of groepen, wordt sterk aangemoedigd.
De slogan 'Maak het mee!' is daarom een oproep om de krachten te bundelen. Het dynamische karakter van de Meetjeslanders vind je terug in de moderne grafische vormgeving en in de oranje stip.

3. DOELGROEPEN

(= naar wie wordt het merk gecommuniceerd)

Het regiomerk en alle communicatie errond richt zich in de eerste plaats naar de inwoners en beleidsmakers van het Meetjesland. Inwoners en beleidsmakers met een sterk regiogevoel zijn immers de beste ambassadeurs.

Ook ondernemers en bezoekers aan de regio (toeristen) worden met het merk op de troeven van de regio gewezen.

Het merk richt zich tot volgende doelgroepen:

- ❶ Inwoners
- ❷ Beleidsmakers
- ❸ Ondernemers
- ❹ Toeristen en recreanten

4. VERSPREIDING VAN HET MERK

(= door wie wordt het merk gecommuniceerd)

Het merk wordt verspreid door merkgebruikers. Een merkgebruiker is een gemeentebestuur, organisatie, vereniging, onderneming, ... die zich ertoe engageert om het regiomerk te verspreiden door het op te nemen in zijn professionele communicatie. Met die communicatie worden de bovenstaande doelgroepen bereikt.

Iedereen kan merkgebruiker zijn of worden, mits hij zich met zijn organisatie, bestuur of onderneming aan de basisprincipes en voorwaarden houdt (verderop in dit document).

De merkgebruiker die zich engageert om het regiomerk in zijn communicatie op te nemen:

- geeft aan zich achter de waarden van het merk te scharen en die binnen en buiten de regio te willen uitdragen.
- bouwt mee aan de positieve uitstraling van het Meetjesland en plukt er ook zelf de vruchten van: vaak heeft een organisatie of bedrijf zelf baat bij de waarden en doelstellingen van het regiomerk. De kwaliteiten van de regio bepalen soms mee de kwaliteiten van de onderneming (bv. de rust, de groene omgeving, een vlotte mobiliteit, een aantrekkelijke woonregio, ...).
- positioneert zich sterker en duidelijker naar stakeholders, klanten, leveranciers en andere relevante doelgroepen.

Opgelet: mensen die meedoen aan een merkactie en bv. de Meetjeslandsticker op hun auto kleven, zijn volgens de definitie geen 'merkgebruikers'. Ze werden wel succesvol bereikt door de merkgebruiker en zijn zich enthousiast gaan 'outen' als Meetjeslandfan, bv. door het kleven van die sticker, of door facebook-fan te worden, Die mensen zijn sympathisanten, Meetjeslandvrienden en dus stuk voor stuk ook ambassadeurs van onze regio!

5. NALEVEN VAN DE MERKVOORWAARDEN

5.1 Geregistreerd merk

Bij de lancering van het merk in 2007 werden zowel het logo (het groene blaadje) als de baseline ('Meetjesland, maak het meel!') geregistreerd en juridisch beschermd. Het eigenaarschap ligt bij het Streekplatform+ Meetjesland vzw.

Een Adviescommissie werd opgericht. Die kreeg een dubbele rol:

- Enerzijds wil ze potentiële, nieuwe merkgebruikers op een positieve manier gestimuleerd om het Meetjeslandmerk mee uit te dragen.
- Anderzijds neemt ze het toezicht van het regiomerk op zich (toekenning, controle en eventueel intrekken van het recht op gebruik).

Wie het merk niet in de goede context (naar waarden) of op de goede manier (naar layout) gebruikt, wordt benaderd. Indien er niet bijgestuurd wordt, wordt hen het merkgebruik ontzegd. Iedereen heeft immers belang bij een positief imago van de regio. Het is dus onaanvaardbaar dat een organisatie, onderneming of individu het regiomerk in een negatief daglicht zet, het imago schade toebrengt, en aldus de vele inspanningen ten goede, teniet doet.

5.2 Categorieën merkgebruikers

We streven naar een zo ruim mogelijke bekendmaking en zo breed mogelijke verspreiding van het regiomerk.

Het merk werd bij de lancering in de markt gezet door de 13 gemeentebesturen van het Meetjesland en door vele regionale organisaties. Die vormen vandaag nog steeds de vaste, structurele partners die het merk vrij kunnen gebruiken.

Alle andere groepen, organisaties, instellingen, verenigingen of individuele ondernemingen zijn even welkom om het Meetjeslandmerk te gebruiken, mits naleving van enkele principiële voorwaarden.

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de categorieën merkgebruikers en de voorwaarden die op hen van toepassing zijn.

MERKGEBUIKERS	Voorwaarden vormelijk, inhoudelijk, procedureel	Registratie van de aanvrager	Engagements- verklaring	Bezorgen van een drukproef
CATEGORIE I Structurele partners: <ul style="list-style-type: none"> • Gemeenten • Regionale organisaties, inclusief de groepen⁽¹⁾ die ze coördineren 	✓			
CATEGORIE II Individuele leden van de clusters uit categorie I	✓	✓		✓
CATEGORIE III Alle andere merkgebruikers (ondernemers, organisaties, verenigingen, ... die niet tot categorie I en II behoren)	✓	✓	✓	✓

Tabel: merkgebruikers en na te leven principes per categorie

⁽¹⁾: bestaande clusters en netwerken van ondernemers. Zie gesloten lijst op volgende pagina.

5.3 Categorie I: structurele partners en hun clusters / netwerken

Het gebruik van het merk wordt zonder voorwaarden toegelaten aan drie partnergroepen. Die groepen werden bij de lancering van het merk actief benaderd en werden gevraagd het regiomeerk zoveel mogelijk mee te nemen in hun communicatiekanalen.

Uiteraard dienen de structurele partners even goed de huisstijlrichtlijnen in acht te nemen.

Structurele partners:

- ❶ De 13 Meetjeslandse gemeentebesturen ⁽²⁾
- ❷ De regionale organisaties
Die regionale organisaties zijn: COMEET, IVM, KLAD, LOGO Gezond+, Plattelandscentrum Meetjesland, Meetjesman (Regionale Jeugddienst), RESOC MLS, RLM, RWOM, SVK, SOM, Streekplatform+ Meetjesland, Toerisme Meetjesland, Welzijnsband Meetjesland, Wooncentrum Meetjesland.
- ❸ Groepen van ondernemers, die door de regionale organisaties opgericht en gecoördineerd worden (clusters / netwerken):
Clusters of netwerken zijn ondernemers, die zich gegroepeerd hebben en daarin gecoördineerd worden door een regionale organisatie. Gezien de regionale organisatie zelf het voortouw neemt in de gezamenlijke communicatie van die netwerken, behoren ze tot de categorie waar geen bijkomende voorwaarden aan worden gesteld.

Per 1 januari 2012 gaat het om onderstaande groepen, die m.b.t. merkgebruik erkend zijn door de juridische merkeigenaar (Streekplatform+ Meetjesland).

Toerisme Meetjesland coördineert:

- *netwerk van kleinschalige logies (B&B's, vakantieverblijven)*
- *netwerk van hotels*
- *netwerk van evenementenorganisatoren*

Plattelandscentrum Meetjesland coördineert

- *cluster van Meetjeslandcafés*
- *cluster van Meetjeslandrestaurants*
- *Mmm...eetjesland cvba (hoeve- en streekproducten)*

⁽²⁾ Aalter, Assenede, Eeklo, Evergem, Kaprijke, Knesselare, Lovendegem, Maldegem, Nevele, Sint-Laureins, Waarschoot, Zelzate, Zomergem

De verantwoordelijke regionale organisatie heeft een actieve rol inzake:

- stimulering van het merkgebruik. Per cluster zullen de hieraan verbonden voordelen verschillend zijn (bv. opname van de onderneming in een gezamenlijke promoflyer, ...).
- opvolging van het merkgebruik van ondernemers die lid zijn van het netwerk / cluster / genootschap, m.a.w. toezicht houden op het correct gebruik ervan.

5.4 Categorie II: individuele leden van clusters en netwerken (gecoördineerd door de regionale organisaties)

Leden van bovengenoemde clusters / netwerken kunnen ook individuele initiatieven nemen waarin ze het Meetjeslandmerk gebruiken. Bv. een eigen brochure van een B&B-uitbater of van een hoeveproducent, een eigen advertentie in een krant of magazine, een banner aan de deur, servietten of onderleggers in een café of restaurant, ...

Categorie II-leden dienen onderstaande principes te accepteren:

- ❶ Leden dienen zich te registreren op www.meetjesland.be.
- ❷ Ze dienen de voorwaarden voor merkgebruik te accepteren (zie verder: inhoudelijk, vormelijk, procedureel).
De verkregen goedkeuring blijft twee jaar geldig en vervalt automatisch nadat de termijn verstreken is.
Er kan makkelijk een verlenging aangevraagd worden via bovenvermelde website.
- ❸ Van alle communicatiemiddelen die het merk zullen dragen, dient er een drukproef bezorgd te worden aan de merkeigenaar (Streekplatform+ Meetjesland). Tevens wordt er gevraagd om Streekplatform+ nadien een waar exemplaar of foto van het communicatieproduct te bezorgen.

Na akkoord en aanvaarding van bovenstaande principes krijgen cluster- of netwerkleiden het regiomeerk in alle bestandsformaten ter beschikking.

5.5 Categorie III: alle andere merkgebruikers

Overige merkgebruikers zijn allen die niet tot bovenstaande twee groepen behoren. Dat kunnen ondernemers zijn, verenigingen, organisaties, instellingen, ...

Zij dienen zich voor de aanvraag van het merk te wenden tot het Streekplatform+ Meetjesland en zullen inzake merkgebruik nauwkeuriger opgevolgd worden.

Bij aanvraag bekijkt de onderneming of organisatie samen met het Streekplatform+ welke communicatietools of campagnes kunnen ontwikkeld worden.

Categorie III-merkgebruikers dienen te voldoen aan volgende zaken:

- ❶ Zich registreren op www.meetjesland.be.
- ❷ Een engagementsverklaring ondertekenen:
Hiermee accepteert men de voorwaarden voor merkgebruik (zie verder: inhoudelijk, vormelijk, procedureel).
De verkregen goedkeuring blijft twee jaar geldig en vervalt automatisch nadat de termijn verstreken is.
Er kan eenvoudig een verlenging aangevraagd worden, via bovenvermelde website.
- ❸ Van elk ontwikkeld communicatieproduct (brochure, flyer, vlag, ...) die het merk zal dragen, dient er een drukproef bezorgd te worden aan de merkeigenaar (Streekplatform+ Meetjesland).
Tevens wordt er gevraagd om Streekplatform+ nadien een waar exemplaar of foto van het communicatieproduct te bezorgen.

6. VOORWAARDEN VOOR MERKGEBRUIK

6.1 Procedureel

- Het merk 'Meetjesland, maak het mee' is wettelijk beschermd: het is eigendom van de vzw Streekplatform+ Meetjesland (zie 5.1 Geregistreerd merk).
Wie het merk wil gebruiken in zijn communicatie en die tot Categorie II en III behoort (zie tabel merkgebruikers), moet hiertoe vooraf een aanvraag indienen en de toelating bekomen. Aanvragen worden behandeld door een Adviescommissie (zie 5.1). Beslissing wordt maximaal 60 dagen na aanvraag meegedeeld.
- Het Streekplatform+ Meetjesland kan, na bespreking en beslissing door de Adviescommissie, ten allen tijde en met onmiddellijke ingang de toelating voor het merkgebruik ongedaan maken.

Verder nog:

- De merkgebruiker beschikt over een domicilieadres in het Meetjesland.
- Om de neutraliteit van het regiomerk te vrijwaren, kunnen politici of politieke partijen geen merkgebruiker worden, d.w.z. ze kunnen het merk niet in hun communicatie meenemen.
- Gebruik van het regiomerk is kosteloos.

6.2 Inhoudelijk

- De merkgebruiker engageert zich mee invulling te geven aan de 9 doelstellingen uit het Toekomstplan 2020 en aan de 4 specifieke merkdoelstellingen (zie 2 Het Meetjesland en zijn merk). Hij verbindt zich ertoe geen activiteiten te ondernemen die strijdig zijn met deze doelstellingen.
- De merkgebruiker mag door zijn communicatie het imago van de streek niet schaden. Het regiomerk wil immers het Meetjesland op een positieve manier onderscheiden. Verkeerd gebruik brengt schade toe aan de regio, aan het merk en aan al wie het merk wel correct gebruikt.

6.3 Vormelijk

- De gebruiker mag onder geen enkel beding de vorm of huisstijlrichtlijnen van het regiomerk wijzigen. De huisstijlrichtlijnen steken in **Deel 2** van deze brochure en zijn ook op de website terug te vinden. (www.meetjesland.be/merk)
- Het regiomerk dient steeds samen vermeld te worden met het logo van de merkgebruiker. Het aanmaken van communicatietools waarop enkel het regiomerk wordt afgedrukt (zonder organisatielogo), is niet toegelaten.
- Het regiomerk mag niet groter worden afgebeeld dan het logo van de merkgebruiker. Uitzonderingen hierop moeten vooraf aangevraagd worden bij het Streekplatform+.

6.4 Het regiomerk in combinatie met een kwaliteitslabel

Het regiomerk wil nadrukkelijk **geen kwaliteitslabel** zijn en mag in die zin ook niet gebruikt worden. Een ondernemer of organisatie die het merk gebruikt, onderscheidt zich niet op vlak van kwaliteit t.o.v. anderen, maar uit zich als Meetjesland-minded. Hij ondersteunt het Toekomstplan 2020 en de 4 merkdoelstellingen (zie hoofdstuk 0).

Voor een goed begrip: een kwaliteitslabel is een label dat onder strikte voorwaarden wordt toegekend. Het geeft aan of een product, dienst of organisatie aan bepaalde kwaliteitsnormen voldoet. Vaak is hieraan een lastenboek met reglementering verbonden.

Voorbeelden van kwaliteitslabels zijn de sterren van hotels en restaurants, en 'Meritus' en 'Flandria' voor respectievelijk varkensvlees en groenten.

Ondernemingen of organisaties die een eigen kwaliteitslabel hebben en er tegelijk voor kiezen hun activiteiten te linken aan het Meetjesland(merk), kunnen dit doen door gebruik te maken van een sjabloon dat het eigen kwaliteitslabel samen met het merk afbeeldt (in correcte verhoudingen). Dit sjabloon dient aangevraagd te worden bij het Streekplatform+ Meetjesland.

Bovenop de toestemming om het uniforme sjabloon te gebruiken, gelden uiteraard ook alle andere voorwaarden voor het merkgebruik binnen categorie III.

7. ONDERSTEUNING

Bent u:

- Een ondernemer die de positieve waarden van de regio belangrijk vindt
- Uitbater van kleinschalige logies
- Hoeve- of streekproducent
- Caféuitbater
- Restauranthouder
- Vereniging
- Organisatie of instelling (bv. zorginstelling, ...)

... en heeft u interesse in het Meetjesland en in haar merk?

Of u herkent zich in de Meetjeslandse doelstellingen en waarden en wilt dat als organisatie, onderneming of vereniging enthousiast uitdragen?

U bent bereid dat te doen door het Meetjeslandmerk mee te nemen in uw communicatie?

Onderstaande middelen staan ter beschikking van merkgebruikers:

- Stijlhandboek van het regiomerk (huisstijlrichtlijnen en voorbeelden)
- Informatie op website www.meetjesland.be/merk
- Promotiemateriaal om te huren of te kopen (stickers, banners, vlaggen, spandoeken, de Meetjeslandbobbels (springkasteel), ...)
- Persoonlijk contact en advies van één van de medewerkers van Streekplatform+ Meetjesland of van de regionale organisaties die als coördinator van een netwerk/cluster optreden (bv. Toerisme Meetjesland, Plattelandscentrum Meetjesland, ...). Zij zijn graag bereid hun ervaring en expertise naast de praktische voorstellen te leggen van de merkgebruiker. Zo ontstaan soms verrassende ideeën die een nog beter effect en een grotere impact tot gevolg hebben.

Wilt u merkgebruiker worden?

❶ Vul de engagementsverklaring in
(middenin dit merkhandboek of downloaden op
www.meetjesland.be/merk)

❷ Neem contact op met :

Streekplatform+ Meetjesland
Oostveldstraat 91 – 9900 Eeklo
09 373 46 54
streekplatform@meetjesland.be
www.meetjesland.be/merk

Via dit centraal contactpunt, komt u makkelijk in contact met de organisatie die uw bedrijf of vereniging kan bijstaan met uitleg en concrete voorstellen.



tjesland
maak net

8. HUISSTIJLRICHTLIJNEN

Basisvorm

Variant



Kleurgebruik

Het logo is opgebouwd uit 3 kleuren.

De volgende kleurbepalingen dienen altijd gerespecteerd te worden.

CMYK

● 100C+100Y+25K

● 40C+80Y

● 55M+100Y

PMS

● PMS 356

● PMS 375

● PMS 152

RGB

● R19+G122+B52

● R182+G203+B90

● R216+G132+B0

Logo met contour

Wanneer het logo op een donkere ondergrond komt te staan waardoor het logo niet meer optimaal leesbaar is, wordt het logo met een witte contour geplaatst. De variante vorm van het logo en het beeldmerk (zie volgende pagina) kunnen op een gelijkaardige manier gebruikt worden.



Minimumgrootte

Om de leesbaarheid van het logo te waarborgen, streven we naar een minimumgrootte van 25 mm x 16 mm .



In combinatie met eigen logo

Onder punt 6.3 werden onderstaande vormvereisten reeds duidelijk meegegeven:

- Het regiomeerk dient steeds samen vermeld te worden met het logo van de merkgebruiker. Het aanmaken van communicatietools waarop enkel het regiomeerk wordt afgedrukt (zonder organisatielogo), is niet toegelaten.
- Het regiomeerk mag niet groter worden afgebeeld dan het logo van de merkgebruiker. Uitzonderingen hierop moeten vooraf aangevraagd worden bij het Streekplatform+.



Beeldmerk

Het logo kan ook gebruikt worden als beeldmerk.



Lettertype

Voor alle gedrukte communicatie binnen de huisstijl van het Meetjesland dient het lettertype **DTL Caspari** gebruikt te worden.

Voor alle elektronische communicatie en intern afgeprinte documenten wordt het lettertype **Myriad** gebruikt.

Meer info: www.meetjesland.be/merk



9. HET REGIONOMERK GEBRUIKEN: INSPIRATIE NODIG?

Het regiomerk meenemen in de communicatie van een bedrijf, organisatie of bestuur kan op velerlei manieren. Het eenvoudigst zijn websites en drukwerk. Dit is de meest voorkomende vorm van merkgebruik. Het is makkelijk en er worden veel mensen mee bereikt.

Maar er zijn nog vele andere mogelijkheden, van eenvoudig tot origineel. Op volgende bladzijde staan een reeks inspirerende voorbeelden, deels bestaand en deels fictief. Ze zijn ook terug te vinden op www.meetjesland.be/merk en worden geregeld aangevuld.

(Bij de fictieve voorbeelden zijn eventuele gelijkenissen met bestaande bedrijven/organisaties louter toeval.)

9.2 Landschap & Gebouwen





BIJLAGE:

ENGAGEMENTSVERKLARING
'MEETJESLAND, MAAK HET MEE'

OP TE STUREN NAAR:

Streekplatform+ Meetjesland vzw
Adviescommissie regiomerk
Oostveldstraat 91
9900 Eeklo

AANVRAAG TOT TOELATING GEBRUIK REGIONOMERK 'MEETJESLAND, MAAK HET MEE'

ENGAGEMENTSVERKLARING

Deze engagementsverklaring is tevens downloadbaar op www.meetjesland.be/merk.

Bestuur, onderneming, organisatie, vereniging:	
Adres:	
Omschrijving activiteit:	
Website:	
Naam verantwoordelijke contactpersoon:	
Telefoon contactpersoon:	
Email contactpersoon:	

- Ons bestuur/onderneming/organisatie/vereniging vraagt toelating om het regiomerk 'Meetjesland, maak het mee' te mogen gebruiken in haar communicatie.
- Door ondertekening van deze engagementsverklaring, verbinden wij ons er toe om de voorwaarden voor het merkgebruik na te leven, zoals deze in het meest recente 'Merchandboek' zijn opgenomen. Ik verklaar kennis te hebben van de inhoud van het 'Merchandboek' en weet dat er zowel vormelijke-, inhoudelijke- en procedurele voorwaarden gekoppeld zijn aan het merkgebruik.
- Wij verklaren kennis te hebben genomen van de doelstellingen uit het 'Toekomstplan 2020', welke op de keerzijde van deze engagementsverklaring nogmaals beknopt zijn opgenomen. Wij verbinden ons ertoe om geen activiteiten te ondernemen die strijdig zijn met deze doelstellingen.
- Wij zijn akkoord dat het Streekplatform+ Meetjesland vzw het recht heeft om ons de toelating tot het regionaal merkgebruik eenzijdig en met onmiddellijke ingang te ontnemen, indien de afgesproken voorwaarden niet worden nageleefd.

Datum:

Naam, functie en handtekening van een daartoe gemachtigd verantwoordelijke contactpersoon:

Er kunnen enkel aanvragen aanvaard worden die volledig zijn ingevuld en voorzien zijn van een originele handtekening van een daartoe gemachtigd verantwoordelijke.

BESLISSING MERKEIGENAAR, STREEKPLATFORM+ MEETJESLAND VZW

Bovenstaand bestuur / onderneming / organisatie / vereniging
krijgt de toelating / krijgt geen toelating

om het regiomerk 'Meetjesland, maak het mee' te gebruiken in haar communicatie, onder de strikte voorwaarden die gesteld zijn in de meest recente versie van het 'Merchandboek' (meest recente versie is steeds raadpleegbaar op de website www.meetjesland.be/merk)

Deze toelating tot gebruik van het regiomerk is twee jaar geldig: van tot
(6 maand voor het verstrijken van deze toelatingsperiode kan een nieuwe aanvraag ingediend worden)

Naam, handtekening + stempel Streekplatform+ Meetjesland vzw:

Toekomstplan ‘Meetjesland 2020’

Elke merkgebruiker engageert zich mee invulling te geven aan de doelstellingen uit het ‘Toekomstplan 2020’ en verbindt zich ertoe geen activiteiten te ondernemen die strijdig zijn met onderstaande doelstellingen.

Hieronder geven we graag enkele voorbeelden van manieren waarop de negen doelstellingen in de praktijk kunnen omgezet worden:

❶ Inzetten op landschappelijke kwaliteit

Voorbeelden: engagement in fiets- en wandelevenementen, landschapsfoto’s integreren in de bedrijfscommunicatie, ...

❷ Werk maken van aantrekkelijke centra en dorpen:

Voorbeelden: aandacht voor het milieu, maatschappelijk engagement opnemen, initiatieven vanuit handelsverenigingen ondersteunen, ...

❸ Toekomst geven aan onze economie:

Voorbeelden: innovatieve producten of bedrijfsvoering introduceren, inspelen op nieuwe trends of nieuwe maatschappelijke noden, ...

❹ Een goed georganiseerde mobiliteit:

Voorbeelden: diensten voor vervoer samen organiseren, woon-werkverkeer met fiets stimuleren, ...

❺ Grensoverschrijdend samenwerken

Voorbeelden: streven naar internationale handel, vakkennis uitwisselen met buitenlandse collega-ondernemers, ...

❻ Aanmoedigen van vorming en innovatie:

Voorbeelden: werknemers vorming aanbieden, zichzelf bijscholen om competitief te blijven, levenslang leren, ...

❼ Een effectieve en efficiënte regionale samenwerking

Voorbeelden: gebruik maken van het regionetwerk van sector- en andere organisaties, besturen, vernieuwende samenwerkingen aangaan, ...

❽ Een sterk merk uitdragen:

Voorbeelden: de reden van merkgebruik meenemen in de communicatie, de troeven van het Meetjesland mee uitdragen.

❾ Duurzaamheid (economische, sociale & ecologische duurzaamheid)

Voorbeelden: lange termijn rendabiliteit, investeringen, duurzaam personeelsbeleid met aandacht voor zwakkere groepen, investeren in alternatieve energie, isolatie, minder energieverbruik voor alle personeelsleden en afdelingen, ...









9.2 Voertuigen

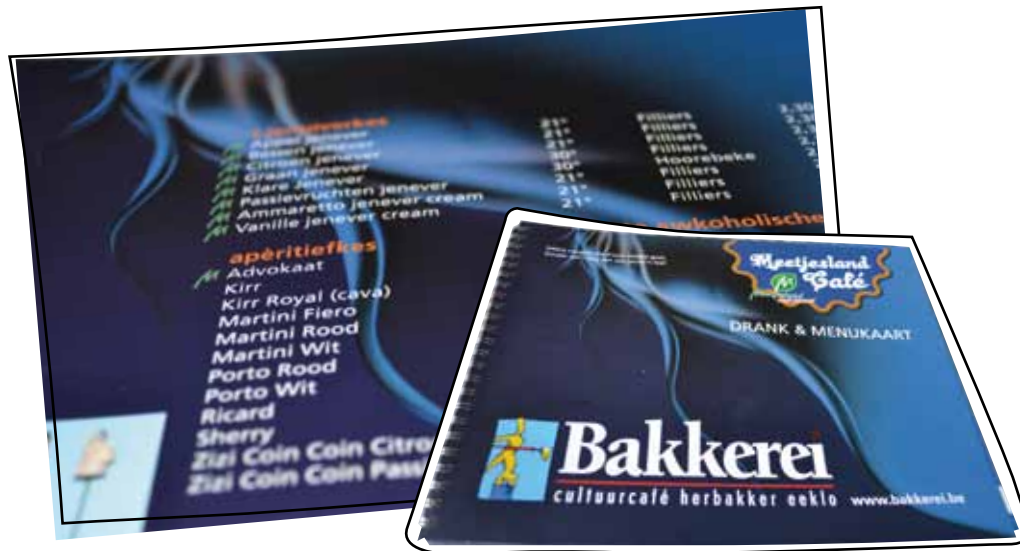






9.3 Horeca & Streekproducten







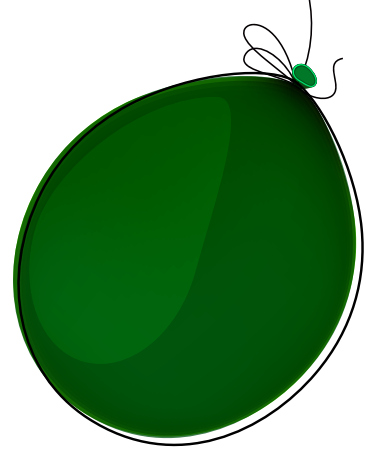
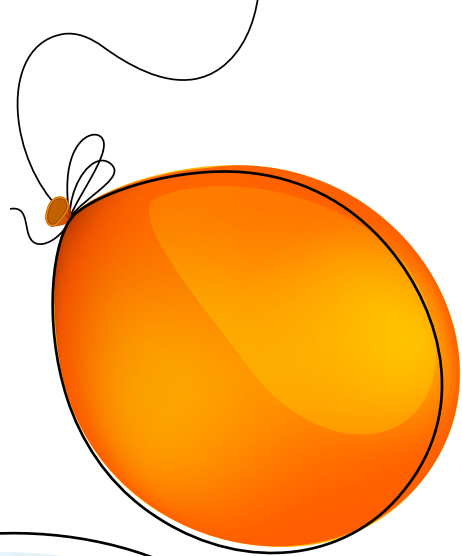






9.4 Evenementen









9.5 Drukwerk & websites





De Roets 2008
GRATIS
t.w.v. 10,95€ in dit krat

Proef de geschiedenis met
De Roets,
dé historische
weekalender!

Vol weetjes over het
Meetjesland
maak het mee!

proef de geschiedenis

Lees De Roets met een
gratis Augustijn* in de hand!
(*1 per baan in De Roets)
Santé!

www.roetsinfo.eu
www.vansteenberge.com







9.6 Relatiegeschenken en kledij





Toekomstplan 'Meetjesland 2020'

Elke merkgebruiker engageert zich mee invulling te geven aan de doelstellingen uit het 'Toekomstplan 2020' en verbindt zich ertoe geen activiteiten te ondernemen die strijdig zijn met onderstaande doelstellingen.

Hieronder geven we graag enkele voorbeelden van manieren waarop de negen doelstellingen in de praktijk kunnen omgezet worden:

- ❶ Inzetten op landschappelijke kwaliteit**
Voorbeelden: engagement in fiets- en wandelevenementen, landschapsfoto's integreren in de bedrijfscommunicatie, ...
- ❷ Werk maken van aantrekkelijke centra en dorpen:**
Voorbeelden: aandacht voor het milieu, maatschappelijk engagement opnemen, initiatieven vanuit handelsverenigingen ondersteunen, ...
- ❸ Toekomst geven aan onze economie:**
Voorbeelden: innovatieve producten of bedrijfsvoering introduceren, inspelen op nieuwe trends of nieuwe maatschappelijke noden, ...
- ❹ Een goed georganiseerde mobiliteit:**
Voorbeelden: diensten voor vervoer samen organiseren, woon-werkverkeer met fiets stimuleren, ...
- ❺ Grensoverschrijdend samenwerken**
Voorbeelden: streven naar internationale handel, vakkennis uitwisselen met buitenlandse collega-ondernemers, ...
- ❻ Aanmoedigen van vorming en innovatie:**
Voorbeelden: werknemers vorming aanbieden, zichzelf bijscholen om competitief te blijven, levenslang leren, ...
- ❼ Een effectieve en efficiënte regionale samenwerking**
Voorbeelden: gebruik maken van het regionetwerk van sector- en andere organisaties, besturen, vernieuwende samenwerkingen aangaan, ...
- ❽ Een sterk merk uitdragen:**
Voorbeelden: de reden van merkgebruik meenemen in de communicatie, de troeven van het Meetjesland mee uitdragen.
- ❾ Duurzaamheid (economische, sociale & ecologische duurzaamheid)**
Voorbeelden: lange termijn rendabiliteit, investeringen, duurzaam personeelsbeleid met aandacht voor zwakkere groepen, investeren in alternatieve energie, isolatie, minder energieverbruik voor alle personeelsleden en afdelingen, ...

STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN MEETJESLAND 2020



LANDSCHAPPELIJKE
KWALITEIT



AANTREKKELIJKE CENTRA
EN DORPEN



TOEKOMST GEVEN AAN
ONZE ECONOMIE



EEN GOED
GEORGANISEERDE
MOBILITEIT



GRENSOVERSCHRIJDEND
SAMENWERKEN



VORMING
EN INNOVATIE



REGIONALE
SAMENWERKING



EEN STERK MERK
UITDRAGEN



DUURZAAMHEID

Dit Merkhandboek kwam tot stand binnen het project 'Merk-waardig Meetjesland', een Doelstelling 2 project (januari 2011 - december 2012), met financiële steun van:

