
ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.

DESIGN MANUAL JULI 2018.

**ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.**



City of Rotterdam

INHOUD.

ALGEMEEN.

Inleiding.	3
Gebruik 'MAKE IT HAPPEN.'	5
Rationale.	6
Copy.	7
Label.	11
Beeld.	12
Kleuren.	13
Partners.	14
Contact.	15

INLEIDING.

SAMEN KOM JE VERDER.

Gezamenlijke profilering

Steden zijn het centrum van kennis, innovatie en specialisatie van producten en diensten. Meer dan ooit zijn steden in competitie met elkaar als het gaat om het aantrekken van de beste bedrijven en meest getalenteerde mensen. De winnaars van de race om meest aantrekkelijke stad zijn óók de steden die leidend zullen zijn in de maritieme industrie.

Gemeente Rotterdam, Havenbedrijf Rotterdam en vooraanstaande spelers uit de Rotterdamse maritieme industrie hebben medio 2017 de handen ineen geslagen om de sector in binnen- en buitenland nog beter op de kaart te zetten. Als 'MARITIME CAPITAL OF EUROPE': koploper het gebied van slimme en duurzame maritieme diensten, een wereldstad die aantrekt en verbindt.

Inspiratie en achtergronden

Iedere dag geven Rotterdammers invulling aan 'MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' Door te innoveren en ondernemen. Door samen te werken en te verbinden. Door vooruit te lopen op de concurrentie en de nek uit te steken, te durven. Door na te denken over duurzame oplossingen. Door te ontdekken, te beleven, te doen.

Op www.rotterdammaritimecapital.nl vind je alles over waarom Rotterdam dé plek is voor maritieme spelers om te vestigen en hoe samenwerken met Rotterdam bijdraagt aan hun concurrentiepositie.

RATIONALE.

Toonaangevende bedrijven kiezen steeds vaker voor competitieve regio's en een stad met aantrekkelijke vestigingsvoorwaarden. Een plek waar aan vernieuwing wordt gewerkt en een motor zijn voor groei. Waar ruimte is om te ontwikkelen, mensen voorop durven lopen en de ambitie hebben om het waar te maken.

Rotterdam is die aantrekkelijke stad en regio voor de maritieme industrie in Europa. We hebben een wereldhaven die aantrekt en verbindt, en een wereldstad die bruist en overloopt van ambitie.

Hier zitten de bedrijven die wereldwijd toonaangevend zijn op het gebied van transport en logistiek, maritieme zakelijke dienstverlening en commodity trading.

Hier beschikken we over de financiële middelen en talenten die samen met de industrie slimme en duurzame oplossingen ontwikkelen die Rotterdam een voorsprong geven.

Hier is ruimte om te ontwikkelen en werken we voortdurend aan het perfectioneren van onze faciliteiten en infrastructuur.

En hier versterken stad en haven elkaar omdat ze als één urban maritime ecosystem opereren.

De cijfers onderbouwen het, onze mensen bewijzen het.

**ROTTERDAM.
MARITIME CAPITAL
OF EUROPE.**

GEBRUIK.

Rotterdam heeft alles in huis om de titel Maritieme Hoofdstad van Europa te dragen. We hebben de bedrijven, de infrastructuur, het netwerk, de kennis, de docenten en talenten, én de ambitie. 'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' is geen logo of merk; wel een boodschap waarmee we een plek claimen in het hart en het hoofd van vertegenwoordigers van bedrijven die we aan Rotterdam willen verbinden.

'MARITIME CAPITAL OF EUROPE' toepassen in marketing en communicatie kan op verschillende manieren, maar wat de gelegenheid ook is: het verhaal mag je altijd vertellen, de stijl kun je in meer of mindere mate gebruiken.

Situatie I: Samen met anderen

Als je met partners Rotterdam vertegenwoordigt op bijvoorbeeld een congres, een beurs of een speciale bijeenkomst op de Nederlandse Ambassade in Londen, kies dan de stadsmarketing stijl 'MAKE IT HAPPEN.' en maak gebruik van de boodschappen en verhalen die er al zijn.

Situatie II: Zelfstandig

Als je alleen deelneemt aan een activiteit, gebruik dan de stijl van je eigen organisatie of bedrijf en verwerk de verhalen en boodschappen van 'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' in je eigen content. Wil je gebruik maken van PowerPoint presentaties of bijvoorbeeld banners die in onze promotie toolkit zitten, bestel deze dan via [...]

'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' gebruik je als heading of verwerk je als boodschap in body tekst of content. Maar doe het altijd in combinatie met de claim 'ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.' en de logo's van de organisatie(s) of bedrijven die Rotterdam vertegenwoordigen.

DE GIDS.

AANTREKKEN. INFORMEREN.
VERBINDEN.

DE GIDS.

Als je je in Rotterdam wil vestigen, dan wil je eerst weten wat de stad te bieden heeft. Je wil branchegenoten spreken die vertellen waarom zij voor de maritieme hoofdstad van Europa hebben gekozen. Vertegenwoordigers van branches, maar ook mensen die een inkijkje geven in het wonen en werken in Rotterdam over de dingen die je nog niet weet. Met andere woorden: je wil met behulp van een gids een goed beeld kunnen vormen over de aantrekkelijkheid van stad, regio, en het leven in Rotterdam.

De website www.rotterdammaritimecapital.nl is de eerste aanlegplaats voor bedrijven die actief zijn in de maritieme industrie en overwegen om zich in Rotterdam te vestigen. Het platform gidst bezoekers door stad en regio. Informeert en enthousiasmeert over wat er in Rotterdam speelt, waarom Rotterdam het maritieme centrum is van Europa. Wat onze ambitie is en hoe we het verschil maken binnen de maritieme industrie.

Ervaringen bekeken en gehoord door de ogen en oren van locale gidsen.

TOONE OF VOICE.

**GASTVRIJ. BEVLOGEN.
BEHULPZAAM.**

tone of voice.

Wie overweegt om zich in Rotterdam te vestigen wil zich welkom voelen. Daarom heten we de bezoekers van ons platform letterlijk welkom in de maritieme hoofdstad van Europa en is onze toon een van gastvrijheid.

De verhalen die we vertellen zijn typische 'MAKE IT HAPPEN' voorbeelden. Over dromen, ambitie, de ruimte pakken en ervoor gaan. Het zijn de voorbeelden waar we trots op zijn en waar we bevlogen over vertellen. Over onze stad, haven en alles wat onze regio nog meer te bieden heeft.

Net een stapje harder lopen, dat is wat doorklinkt in de copy die we schrijven. We de moeite nemen om geïnteresseerden verder te helpen zodat ze weloverwogen voor Rotterdam kiezen en als ze voor Rotterdam hebben gekozen hier makkelijk hun weg kunnen vinden.

DE BOOD- SCHAP.

DE TOEPASSING.

BOODSCHAP.

Het toevoegen van 'ROTTERDAM MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' Aan de heading is een optie geen verplichting. Op de uiting waarop het woordmerk wordt gebruikt, staat ook altijd het logo van 'ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN' en het logo van de afzender(s).

'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' gebruik je niet als logo, ook niet als afzender, wel als boodschap.

**ROTTERDAM.
MARITIME CAPITAL
OF EUROPE.**

Over drie regels, diep blauw

**ROTTERDAM.
MARITIME
CAPITAL
OF EUROPE.**

Over vier regels, diep blauw

**ROTTERDAM.
MARITIME CAPITAL
OF EUROPE.**

Over drie regels, zwart

**ROTTERDAM.
MARITIME
CAPITAL
OF EUROPE.**

Over vier regels, zwart

**ROTTERDAM.
MARITIME CAPITAL
OF EUROPE.**

Over drie regels, diapositief

**ROTTERDAM.
MARITIME
CAPITAL
OF EUROPE.**

Over vier regels, diapositief

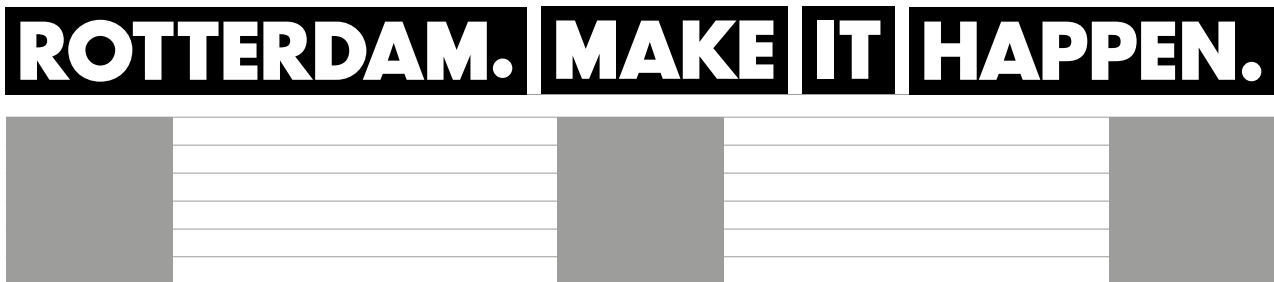
PARTNERS.

Het label 'ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.' is altijd een onderdeel van de afzender en staat in een vaste positie ten op zichte van het logo van de afzender(s). Bij 1 of 2 partners is dat naast elkaar. Zit er hiërarchie in het afzenderschap plaats de hoofdafzender dan altijd aan de rechter kant naast de andere logo's.

1 of 2 partners



Bij 3 of meerdere partners (afzenders) wordt 'ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.' als overkoepelend label gebruikt en staan de afzenders eronder.



STONE OF IMAGE.

DE BEELDEN ZIJN JE GIDS.

BEELD.

Krachtige fotografie, geschoten uit het oogpunt van de kijker. Met een duidelijk middelpunt en weinig ruis. De fotografie van 'ROTTERDAM MARITIME CAPITAL OF EUROPE.' kent twee niveaus:

1. Aerial shots waardoor de kijker goed overzicht krijgt van de breedte van stad en regio
2. En op ooghoogte midden in een business line, tussen de mensen en business



VIDEO.

Voor de video's hanteren we dezelfde beeldspraak als voor beeld. Luchtfoto's worden luchtvideo's.

Voor bewegend beeld vanuit oogpunt van de kijker maken we gebruik van ultra brede video's. De uitzonderlijke breedte van deze video's gebruiken we bij online toepassingen.



DE KLEUREN.

KRACHTIG, HELDER EN FRIS.

KLEUREN.

Primaire kleur

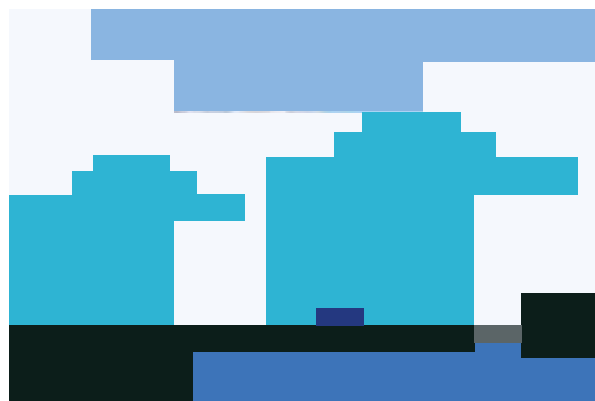
De primaire kleur van 'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE' is diep blauw. De kleur van krachtig, diep water.

Blauw verloop kleuren

De blauwe verloop kleuren zijn een stapsgewijze afzwakking van de primaire, diep blauwe kleur. De kleuren zijn ideaal om bijvoorbeeld tabellen en cirkeldiagrammen mee op te bouwen en om zo het karakter van 'ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE' mee te geven.

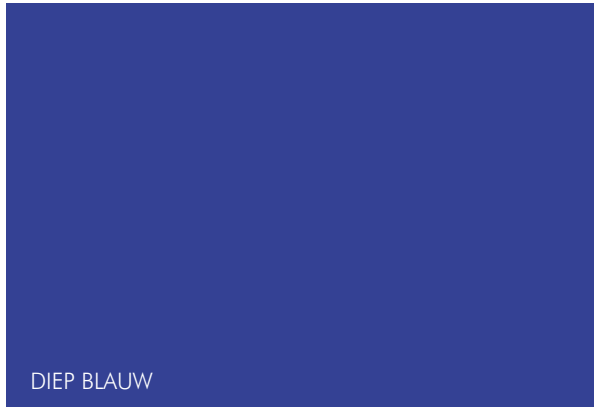
De signaalkleuren en het grijs verloop

Deze heldere, frisse signaalkleuren en de verschillende grijs tinten komen uit het landschap van de Rotterdamse haven. De signaalkleuren worden gebruikt voor het uitlichten en accentueren van items. Beide tinten mogen ook worden gebruikt voor tabellen en teksten.



KLEUREN.

PRIMAIRE KLEUR



DIEP BLAUW

CMYK: 93, 80, 0, 0 | RGB: 36, 68, 158 | #24449e

BLAUW VERLOOP



DONKER BLAUW

CMYK: 86, 67, 0, 0 | RGB: 57, 88, 164 | #3958a4



MIDDEN BLAUW

CMYK: 79, 50, 0, 0 | RGB: 61, 116, 185 | #3d74b9



LICHT BLAUW

CMYK: 50, 20, 0, 0 | RGB: 138, 181, 225 | #8ab5e1



HELDER BLAUW

CMYK: 25, 8, 0, 0 | RGB: 200, 220, 243 | #c8dcf3

GRIJS VERLOOP



BIJNA ZWART

CMYK: 78, 69, 60, 84 | RGB: 24, 23, 24 | #181718



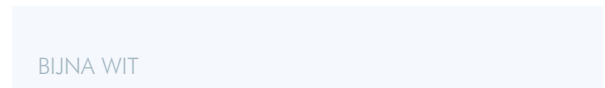
GRIJS

CMYK: 80, 60, 60, 0 | RGB: 77, 99, 103 | #4d6367



LICHT GRIJS

CMYK: 35, 15, 15, 0 | RGB: 166, 185, 195 | #a6b9c3



BIJNA WIT

CMYK: 5, 2, 0, 0 | RGB: 244, 248, 253 | #f4f8fd

SIGNAAL KLEUREN



ROOD

CMYK: 10, 100, 60, 0 | RGB: 214, 13, 71 | #d60d47



GEEL

CMYK: 0, 25, 100, 0 | RGB: 253, 195, 0 | #fdc300



GROEN

CMYK: 75, 15, 45, 0 | RGB: 49, 160, 152 | #31a098



BLAUW

CMYK: 70, 5, 15, 0 | RGB: 46, 180, 211 | #2eb4d3

ILLUSTRATIES

OVERZICHTELIJK EN
KLEURRIJK.

ILLUSTRATIES EN INFO- GRAPHICS.

De illustraties en infographics kenmerken zich door het gebruik van kleur, lijnenspel en typografie.

Kleurgebruik

Het kleurgebruik is afgestemd op het aantal onderwerpen en zorgen op deze manier voor een natuurlijke onderverdeling.

Het lijnenspel

De lijnen worden in drie verschillende diktes gebruikt:

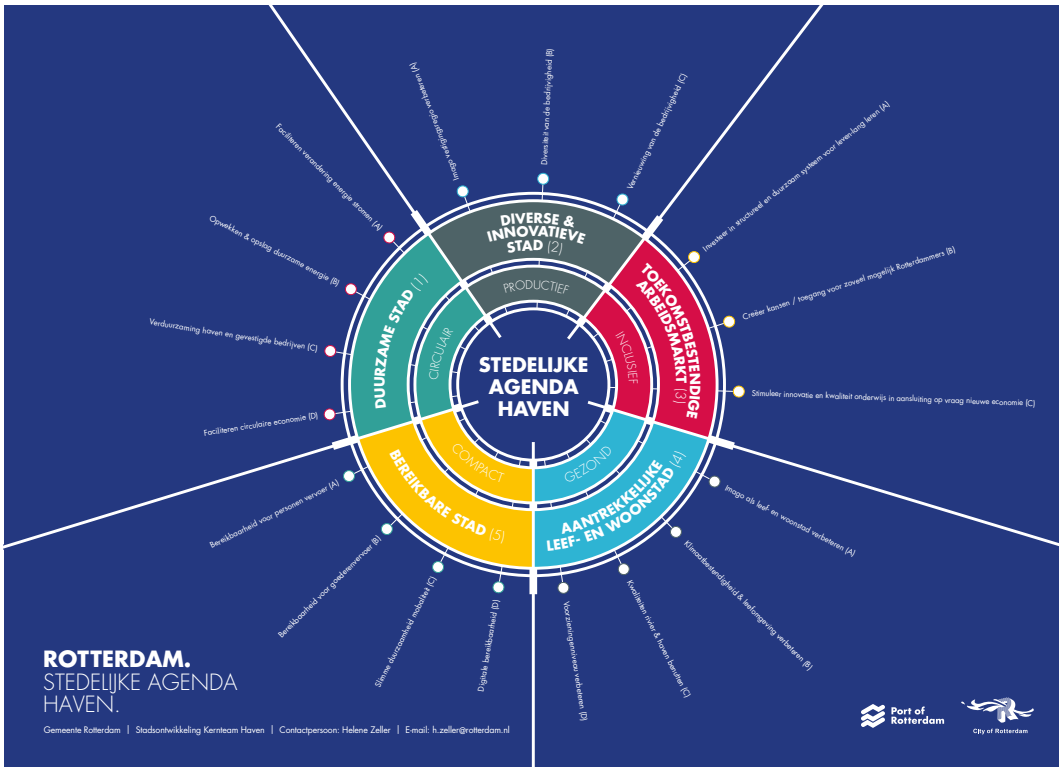
1. de stevige 'MAKE IT HAPPEN' lijnen
2. de medium basislijnen
3. en subtiele technische lijnen

Samen zorgen de lijnen voor een stevig ogende illustratie of infographic. Duidelijk onderscheid tussen verschillende vormen van informatie. En subtiele lijnen op specifieke punten uit te lichten.

De typografie

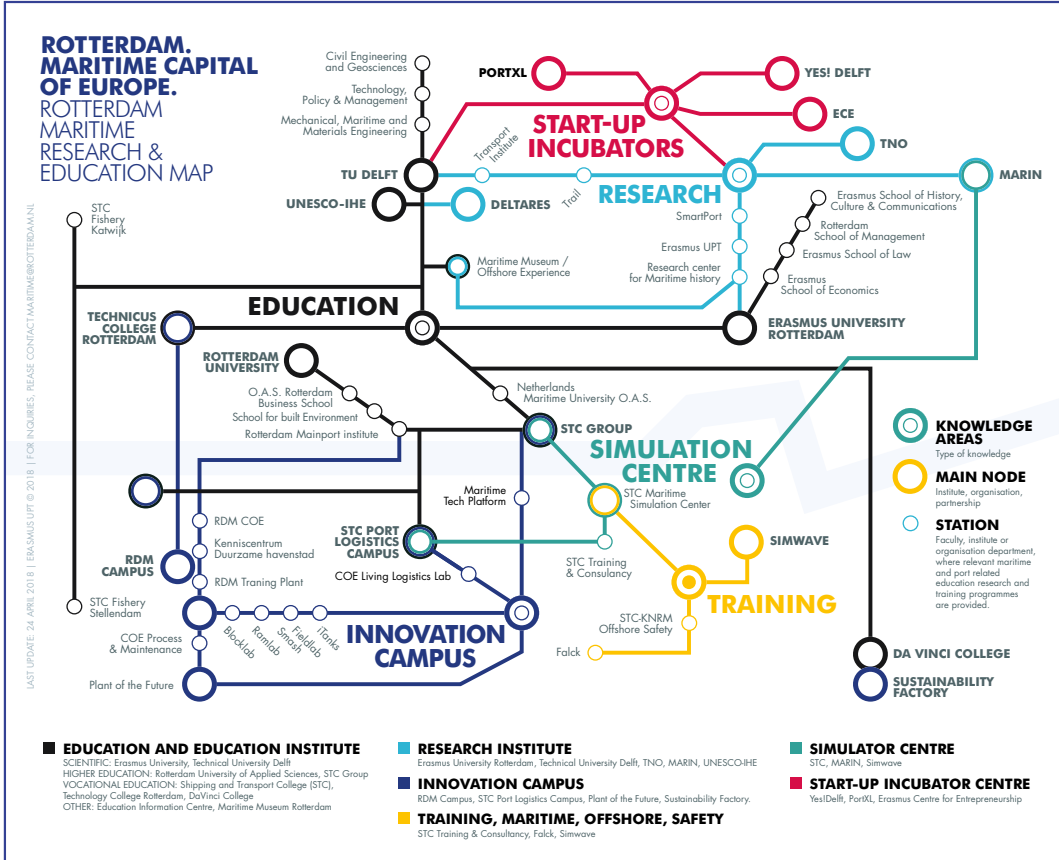
Ook hier maken we gebruik van drie verschillende diktes:

1. de vette / kapitale / solide typografie van 'MAKE IT HAPPEN' geeft de hoofddoelen weer
2. de kapitale light versie vertelt over de onderwerpen
3. en de light onderkast typografie voegt de subtiele look-and-feel van innovatie in de uitingen weer



Stedelijke agenda haven

Schematische weergave van de 5 hoofdoelen van ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.



Metro map

Schematische weergave van de 6 kennis gebieden, hoofdknooppunten en stations van ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE.

**VOOR-
BEELDEN.**

VAN PRINT TOT SCHERM.



Magnetische banner met eenzijdige bedrukking

85 cm x 200 cm x 20 cm (B x H x D)

<https://www.flyeralarm.com/nl/shop/configurator/index/id/6580/magnetische-stand-display-systeem-incl-bedrukking.html>



PowerPoint
1920x1080 px

CONTACT.

GEMEENTE ROTTERDAM CITYMARKETING OFFICE

Design Management

Sanne Hendriks
06 - 28919365
sr.hendriks@rotterdam.nl

Strategie & samenwerkingen

Annemieke van Wegen-Delhaas
06 - 12178952
a.vanwegendelhaas@rotterdam.nl

Mark de Boer van Houweningen
06 - 11314050
m.deboervanhouweningen@rotterdam.nl

ROTTERDAM PARTNERS

Accounthouder Merkalliantie en merkpartners

Iris Kerst
06 - 20134454
i.kerst@rotterdampartners.nl