

RICHTLIJNEN LOGOGEBRUIK BIJ SUBSIDIES DOOR TOERISMEVLAANDEREN

(in Vlaanderen en Brussel)

OPTIE 1

Bij gesubsidieerde communicatiedragers (zowel on- als offline) die **gericht zijn op (internationale) bezoekers** vragen we alle partners om het **internationale merklogo** (leeuw\Flanders State of the Art) te gebruiken. Op deze dragers plaatsen we met andere woorden het merk 'Flanders' (Vlaanderen als toeristische bestemming) telkens op de voorgrond. Dit geldt voor websites, brochures, applicaties, ... Er is slechts één (taal)versie:



OPTIE 2

Bij **corporate communicatie van de begunstigen naar Vlamingen** (bijvoorbeeld binnenlands persbericht, uitnodiging, ...) en **infrastructuur** die verbonden is met het gesubsidieerde product (werfborden, infoborden, vlaggen, ...) vragen we onze partners om het Toerisme Vlaanderen-subsidielogo te gebruiken (leeuw\TOERISMEVLAANDEREN). Deze communicatiedragers zijn namelijk telkens op Vlaamse doelgroepen gericht. Er zijn twee versies van dit subsidielogo:



Gebruik nooit het negatieve logo.

OPTIE 3

Indien de begunstigde **samenwerkt met meerdere agentschappen/entiteiten binnen de Vlaamse overheid** wordt enkel het **overkoepelend merklogo** gebruikt. Afhankelijk van de doelgroep is dat dus:



(Vlaams doelpubliek)



(internationaal gericht)