



VISUAL GUIDELINES KONINKLIJKE ERU

Logo gebruik

Alle content krijgt een logo voor de **herkenbaarheid** van ons merk.

Daarbij is het belangrijk dat het logo nooit **botst** met tekst of fotografie. Het is dus belangrijk het logo altijd in '**lege ruimte**' te plaatsen.

De afstand rondom het logo en het kader van de posts zijn altijd **gelijk**. Het logo staat op **dezelfde** voor visuele consistentie.



Fonts

De Koninklijke ERU gebruikt op social **1 font**. Dit font wordt gebruikt in het logo en op alle productverpakkingen en is daarmee **herkenbaar**.

Om **nadruk** op woorden of zinsdelen te leggen maken we gebruik van **outlines**. Hierbij is de kleur van de outlines altijd dezelfde kleur als de kleur die wordt gebruikt in de 'solide' tekst.

We maken gebruik
van CoconOT Regular

We maken gebruik
van CoconOT Regular

Kleuren

Om de herkenbaarheid van de Koninklijke ERU te behouden, zorgen we ervoor dat we ons ten alle tijden beperken tot de **2 basiskleuren** (#ffefc8 en #d39900), die ERU tot op heden hanteert.



#ffefc8

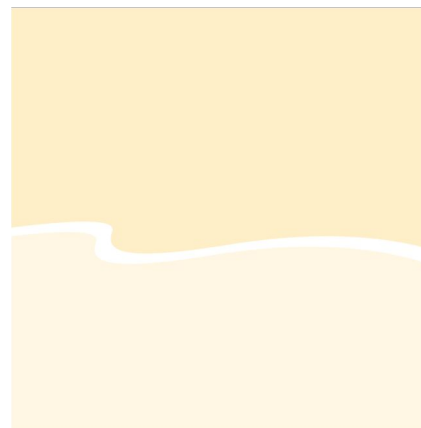
#f39900

Voor-
beeld #1

Voor-
beeld #2

Visuele assets

Zowel het spraak ballonnetje als het 'ERU golfje' worden veel gebruikt in onder andere uitingen op de website. Om **consistent** te blijven kiezen we er dan ook voor deze door te trekken op onze **socials**.



Fotografie

In de frisse visuals staan het **product**, het **eten** en/of het **moment** centraal. ERU fotografie voldoet aan de volgende drie pijlers:

Fris en in balans

De beelden zijn **fris belicht** en stralen rust uit door de zachte kleuren en witte ondergronden. De settings zijn niet te statisch maar ook zeker niet rommelig. Alles in beeld is in harmonie met elkaar.

Lekkermakend

De gerechten zien er altijd smakelijk en lekker makend uit. De kijker moet echt zin krijgen van onze visuals.

In het moment

De visuals beelden altijd een **relevant** moment uit. Van ontbijt tot tussendoortje, van lunch tot diner: Eru is voor ieder moment en dat laten we zien.



VISUAL GUIDELINES

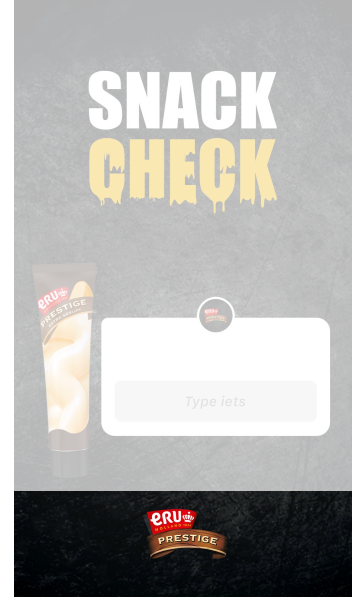
ERU PRESTIGE

Logo gebruik

We kiezen ervoor zowel alle posts op de tijdlijn als alle stories te voorzien van een logo. Hiermee creëren we te allen tijde **herkenbaarheid**.

Daarbij is het belangrijk dat het logo nooit **conflicteert** met tekst of fotografie. Het is dus zaak het logo altijd in '**lege ruimte**' te plaatsen.

De afstand rondom het logo en het kader van de posts zijn altijd **gelijk**. Het logo staat altijd op **dezelfde** plek, zodat er visuele consistentie op de feed ontstaat.



Fonts

ERU Prestige gebruikt op social **2 fonts**.

IMPACT is daarbij het leidende font. Dit font wordt gebruikt in het geval van:

#1. Titels.

#2. Visuals die geen body tekst behoeven.

#3. Specifieke format logo's.

Voor alle **body** teksten gebruiken we **PT Sans Bold**. Dit font is mannelijk en stoer, sluit daarmee aan op het Impact én is goed leesbaar.

**WE MAKEN
GEBRUIK VAN IMPACT
VOOR KOPPEN EN TITELS**

**En we maken gebruik
van PT Sans Bold voor
body teksten**

Nadruk leggen

Om nadruk op woorden of zinsdelen te leggen maken we gebruik van de kleur rood die nu al gebruikt wordt. Op deze manier kunnen we belangrijke woorden of **Call to Actions** extra kracht bijzetten.

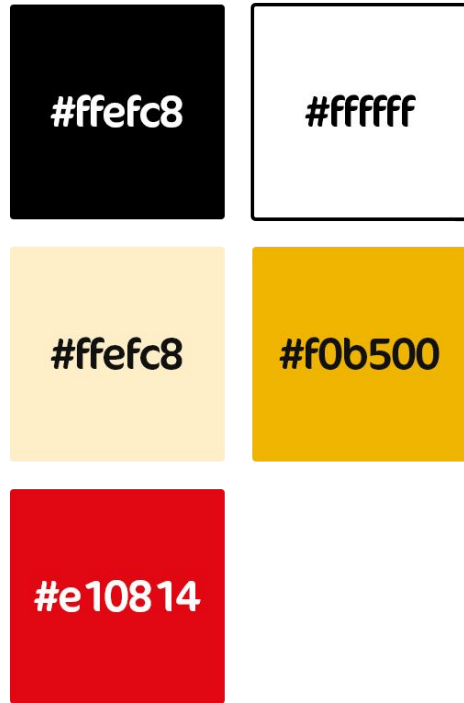
**WE MAKEN
GEBRUIK VAN **IMPACT**
VOOR KOPPEN EN TITELS**

**En we maken gebruik
van **PT Sans Bold** voor
body teksten**

Kleuren

Het bestaande kleurenpalet **trekken wij door** op onze socials. We kiezen ervoor weg te blijven bij kleuren die te **zacht** zijn om het rauwe en avontuurlijke karakter van ERU Prestige te benadrukken.

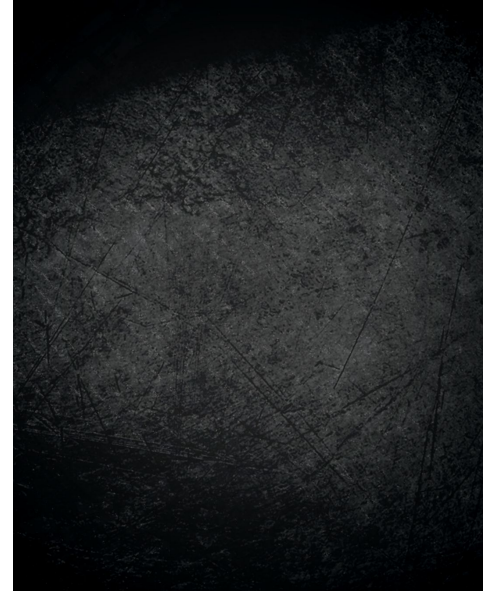
Daarbij kiezen we ervoor nooit **meer dan 3 kleuren** in een uiting te gebruiken. Gebruiken we teveel kleuren, dan is de kans groot dat de visual als te schreeuwerig kan worden ervaren. Dit maakt de kans op engagement aanzienlijk kleiner.



Visuele assets

De zwarte achtergrond met daarop de krassen is inmiddels onderdeel van de visuele identiteit van ERU Prestige. We willen hier dan ook zeker geen afstand van doen op onze socials. Wél kiezen we ervoor de visual iets te **donkerder** te maken, waarmee we elementen als krassen en bandensporen **minder zichtbaar maken**.

Die keuze zorgt er voor dat visuele elementen als tekst, animaties of fotografie meer tot hun recht komen en niet worden verstoord door ruis.



Fotografie

In de stijl van ERU Prestige zijn de beelden **donker**, soms zelf met een **zwarte achtergrond**. Dit maakt de beelden **stoer**, maar brengt ook de 'gezellige' borrel sfeer over. Er zijn beelden in drie pijlers:

Sfeer/moment

Hierbij zien we eten in combinatie met het product in een bepaald moment. Dat kan de borrelplank op vrijdagavond zijn of een sfeervol diner.

Recept

De recepten zijn makkelijk en extreem lekker. Dat wil je zien. De gerechten staan fel uitgelicht tegen een zwarte backdrop en krijgen zo alle aandacht.

Superzoom

Voor de diversiteit op de feed en om je nog meer te laten watertanden bij onze recepten maken we ook gebruik van de superzoom bij beelden die zich daar goed voor lenen.



Sfeer/moment

altijd in combinatie met het product



Recept

focus op food



Superzoom