

# European Quarter Brussels

Brandbook 2023

01

# Introduction

## **Pourquoi un brandbook pour le Quartier Européen ?**

Cette charte est un outil didactique dont l'objectif est de permettre une utilisation efficace et harmonieuse de la marque.

Le première partie, dite charte éditoriale, pose les bases stratégiques, apporte des éléments de contenu et donne un cadre narratif.

La seconde partie présente la construction de l'identité graphique et visuelle et en indique les règles d'utilisation. Des exemples concrets sont présentés à titre aspirational.

La dernière section présente la gouvernance, à savoir qui peut utiliser cette marque et quel est le processus de mise en œuvre.

**Qu'est-ce qu'une marque de territoire ?**

**Qu'est-ce qu'une marque conversationnelle ?**

Une marque permet à un territoire, à un quartier d'être visible, de se démarquer de ses voisins et concurrents et d'être attractif. La marque de quartier est un "porte drapeau" qui symbolise la personnalité du quartier concerné et lui apporte ce "sens" que recherchent les clients/visiteurs aujourd'hui.

La marque permet notamment à son quartier d'être identifié, d'intéresser et enfin d'être choisi, voire préféré. En ce sens elle constitue un véritable avantage compétitif et renforce le sentiment d'appartenance et la cohésion de l'ensemble des acteurs du territoire.

La marque Quartier Européen est également une marque conversationnelle de par sa construction. Il s'agit d'engager la relation et l'expérience plus que du signé une communication déclarative. Le système, à multiples niveaux et éléments constitutifs (deux logos poly-chromes, typographie riche en variantes, palette de couleurs chatoyante, fenêtres graphiques pour accueillir les photos...), permet une grande variété d'expressions allant à la rencontre des divers parties prenantes, divers cibles, multiplicité de lieux, d'expériences et rencontres.

La présente charte apporte dès lors un cadre tout en offrant un système ouvert, adaptable et flexible.

02

# Charte éditoriale

## **Introduction**

- 1. La plateforme de marque > Synthèse**
- 2. Cadrage stratégique**
- 3. Territoires d'expression**
- 4. Ton de voix & éléments de langage**
- 5. Narratif**
- 6. Expériences**

# Introduction

## Qu'est-ce qu'une charte éditoriale ?

Une charte éditoriale est un document de référence rassemblant toutes les règles rédactionnelles à appliquer à la communication d'une organisation ou d'un projet (ton, vocabulaire, sujets à aborder, etc.). Elle garantit la qualité des contenus produits et assure une communication cohérente et homogène sur les différents canaux.

## Une charte éditoriale, pour quoi faire ?

Une charte éditoriale répond à plusieurs objectifs :

- Renforcer l'image de marque d'un projet ou d'une organisation.
- Transmettre et communiquer l'image écrite juste d'un projet ou d'une organisation.
- Assurer une cohérence continue dans la communication écrite d'un projet ou d'une organisation.
- Etablir des règles / guidelines de communication écrite qui s'appliqueront à l'ensemble des équipes associées à la dynamique.
- Faciliter les pratiques de communication écrite d'un projet ou d'une organisation.

# 1. La plateforme de marque

## L'ADN

Des identités multiples, des espaces multiples, des fonctions multiples, des cibles multiples réunis dans un quartier de vie imprégné d'un esprit européen humain et ouvert.

---

## VALEURS

**OUVERT** : un quartier ouvert sur les autres (les Bruxellois, les Européens, le monde) et sur les autres quartiers bruxellois, qui fait appel à la curiosité et favorise les rencontres. Des infrastructures et des aménagements plus aérés, plus verts, plus durables et faisant la part belle à la proximité et la mobilité douce.

**INCLUSIF** : une communauté d'acteurs et résidents désireux d'agir pour inclure de nouveaux publics (Bruxellois, familles...) dans les expériences qu'ils mettent en place (événements, commerces, entreprises...).

**AMBITIEUX** : un quartier et des acteurs locaux en phase avec leur temps, capables de répondre aux aspirations et aux tendances sociétales (environnement, mixité, animation culturelle...) de manière concrète.

**INNOVANT** : Un terrain d'expérimentation et de proposition (mode de vie, technologie, mobilité, événements, etc.) qui bénéficie à l'ensemble du territoire bruxellois. Avec pour objectif un quartier animé tout au long de l'année, combinant de petits événements ponctuels et de plus grande ampleur dans les lieux centraux du quartier.

---

## POSITIONNEMENT

Un espace de vie, de création et de rencontre aussi varié et accueillant que l'Europe et la Région de Bruxelles. Un « melting-pot » de langues, de cultures, d'influences en plain cœur de la ville, où tous les Européens et Bruxellois se donnent rendez-vous.

---

## VISION

Un quartier qui doit incarner l'idée européenne au quotidien, diversifiée, décloisonnée, ouverte, en résonance avec son caractère bruxellois.

Le QE constitue le siège de la démocratie pour des millions de personnes. Une Europe multiculturelle comme socle commun. Se placer sur le plan humain plutôt qu'institutionnel.

---

## PROMESSE

Le quartier européen offre une expérience unique, diverse, et humaine, favorise les rencontres et l'innovation et permet à tout visiteur ou citoyen de vivre la richesse qu'apporte le croisement de l'Europe avec l'esprit bruxellois.



# 1. La plateforme de marque : Les valeurs et attributs de marque

## **OUVERT**

Généreux, Humain, Convivial, Fluide, Sympathique, Souriant, Optimiste, Invitant, Accessible, Proche, Respectueux

---

## **INCLUSIF**

Welcoming, Transversal Mixte, Démocratique Dialogue, Enrichissement mutuel, Cosmopolite

---

## **AMBITIEUX**

Dynamique Contemporain

---

## **INNOVANT**

Créatif, Original, Vivant, Réaffectation, Plus vert, Engagé culturellement

## 2. Cadrage stratégique

### **Cibles**

Les cibles couvrent l'ensemble des utilisateurs du quartier: citoyens, travailleurs, touriste. Tout comme les entreprises, les institutions et les médias.

En particulier:

- Les touristes / visiteurs
- Les habitants
- La population bruxelloise
- Les institutions
- Les employeurs
- Les entreprises
- La presse et les médias

### **Objectifs**

Les objectifs sont aussi ceux de la communication générale avec une dimension narrative évidemment particulièrement appuyée.

- Exprimer le positionnement / l'identité du Quartier Européen
- Affirmer une narration positive, attractive et cohérente.
- Susciter l'intérêt, la curiosité et l'adhésion.

### 3. Territoires d'expression

Les territoires d'expression identifient schématiquement les sujets sur lesquels la communication écrite et narrative peut et doit s'exprimer. À ce titre, les principaux territoires d'expression du Quartier Européen sont les suivants :

#### **Un territoire vivant, animé et dynamique**

Contrairement aux anciennes idées reçues, le Quartier Européen dans toutes ses composantes est un territoire riche d'humanité et d'activités. Cette richesse est directement liée à son caractère de mosaïque de lieux et de sites qui, associés les uns aux autres et intégrés, forment ce quartier à découvrir.

#### **Le cœur de l'Europe et de Bruxelles**

Si le Quartier Européen est le centre des institutions de la capitale de l'Union Européenne, cela signifie que l'on y croise des Européens de tous les horizons. Mais ce n'est pas une tour d'ivoire, c'est un quartier connecté à la ville à l'identité bruxelloise aussi forte, vraie et authentique que celle d'autres quartiers plus connus (Les Marolles, Saint-Gilles, le quartier de la Place Ste Catherine, etc.).

#### **La culture**

Corolaire de son caractère cosmopolite, vivant et multiculturel, le Quartier Européen est un haut-lieu de culture. Il s'y passe toujours quelque chose.

### **3. Territoires d'expression**

#### **Un territoire innovant, laboratoire de coexistences**

Par la diversité des influences et des cultures qui s'y côtoient, par la jeunesse de ceux qui y vivent et y travaillent mais aussi par ce que c'est la volonté des institutions bruxelloises, le Quartier Européen est un laboratoire de projets, d'initiatives, de nouveautés. Si l'on veut découvrir certaines des activités les plus expérimentales et expérientielles qu'on trouve à Bruxelles, il faut passer par le Quartier Européen.

#### **Intimiste et populaire**

Le Quartier Européen, ce n'est évidemment pas que les grandes avenues des institutions, c'est une mosaïque de lieux intimes et secrets à découvrir, des parcours à suivre, des rencontres à faire qui expriment autant la diversité européenne que les profondes traditions bruxelloises.

#### **La nature en ville**

Par ses nombreux jardins et parcs mais aussi par les choix urbanistiques de la Région, le Quartier Européen devient l'un des quartiers où se mêlent avec le plus de justesse la nature et la ville, où la place de la verdure est repensé, tant pour l'écologie que pour le bien-être et le confort des habitants et visiteurs.

## 4. Ton de voix & éléments de langage

### **Ton de voix**

Le ton de voix précise l'approche narrative à adopter. Quant aux éléments de langage, ils identifient les mots-clefs, les expressions à privilégier pour parler du Quartier Européen.

#### **Enthousiaste, décontracté et joyeux**

Le Quartier Européen est un endroit enjoué, festif et dynamique. La narration doit exprimer cet enthousiasme.

#### **Curieux et inspiré**

Il s'y passe toujours quelque chose et on peut y voir ce qu'on ne trouve pas ailleurs et qu'on a envie de partager. Des nouveautés, des expériences, des nouveaux lieux à découvrir...

#### **Ouvert, accueillant, mixte et inclusif**

On est toujours bien accueilli dans le Quartier Européen qui exprime parfaitement le mélange subtil entre le cosmopolitisme européen / international et la convivialité bruxelloise. Une alchimie incomparable qu'on ne trouve nulle part ailleurs. Qui que vous soyez, vous pouvez vous épanouir en étant vous-même.

#### **Cosmopolite, mondial et multiculturel**

Des cultures différentes, des langues du monde entier, des styles, des esprits, des manières de penser... le Quartier Européen de Bruxelles est le lieu joyeux, dynamique, festif et cool où se rencontrent des personnes du monde entier.

## 4. Ton de voix & éléments de langage

### Éléments de langage

Les éléments de langage précisent les expressions, le vocabulaire et les approches narratives à privilégier. En cela, les éléments de langages contribuent à définir les messages-clefs de la communication.

#### **Un vrai quartier bruxellois**

Le Quartier Européen n'est pas un territoire, ni une zone, c'est un véritable quartier bruxellois avec son identité propre, ses lieux secrets, son esprit (dans lequel se retrouve les particularismes positifs de l'esprit bruxellois).

#### **Humain, vivant, populaire et surprenant**

Le Quartier Européen abrite plusieurs institutions européennes, d'où son nom, mais également des musées, des entreprises, des logements, des parcs, des places. C'est d'abord et avant tout le quartier d'une communauté humaine qui partage des espaces de vie, des activités, des expériences.

#### **Une identité communautaire (ouverte)**

Ce qui définit un quartier, c'est aussi le sentiment de communauté partagée de ceux qui y vivent et qui définit un esprit. Cette esprit de communauté ouverte, joyeuse et accueillante doit s'exprimer par ses auteurs. Cela peut s'exprimer par l'usage du « nous » par exemple.

## 4. Ton de voix & éléments de langage

### Éléments de langage

#### **Positif, émotionnel et sensoriel**

Le Quartier Européen, c'est un espace de plaisir, de bien-être d'esprit et de corps, de découvertes, d'expériences, de stimulation des sens et de l'âme. Cela se traduira par des mots ou expressions qui expriment ces sensations et décrivent des expériences (y compris gourmandes et esthétiques, par exemple).

#### **Surprenant et branché**

Il y a toujours des choses surprenantes et étonnantes dans le Quartier Européen (sur lesquelles se concentre la narration) qu'il faut découvrir absolument. Si vous voulez découvrir les nouveaux lieux à voir à Bruxelles, il faut passer par le Quartier Européen.

#### **Professionnel nouvelle manière d'être**

Le Quartier Européen est aussi évidemment un quartier d'activités et de travail mais dans des conditions culturelles qui sont celles de la modernité. Y travailler est intéressant, détendu (cool), accueillant, ouvert sur le monde et engagé (ce qu'on y fait va dans le sens positif de la marche du monde).

#### **Incarnation de l'idée européenne**

En devenant tout cela, le Quartier Européen exprime véritablement l'esprit européen, l'esprit des Européens, de tout ceux qui aiment cette communauté de nations et de cultures, qui aiment les rencontres et les échanges, qui aiment partager, trinquer et s'amuser ensemble.

## 5. Narratif et Messages-clefs

### Le narratif

Il s'agit ici de décrire en quelques mots / quelques phrases le Quartier Européen de manière à disposer d'un texte de référence (pitch) qui pourrait être ceci.

*Autrefois (dans le monde d'avant) quartier d'affaires et d'institutions, le Quartier Européen est en train de devenir l'un des quartiers les plus dynamiques et étonnants de Bruxelles. Il donne à découvrir et à vivre l'alchimie particulière entre une intensité multiculturelle unique et le fameux esprit bruxellois, joyeux, convivial et festif.*

*Mosaïque de lieux secrets, d'architectures remarquables, de petits coins perdus, de jardins, de terrasses et de musées, le Quartier Européen est une expérience en soi, des parcours étonnants entre hypermodernités, surprenants mélanges d'horizons, innovations créatives et traditions bruxelloises.*



## 6. Expériences

L'objectif ici est de restituer / exprimer des témoignages (réels et fictifs) d'expériences vécues dans le Quartier Européen pour mettre en évidence les points saillants de la narration.

### Collègues

*« Lorsqu'Anna, notre nouvelle collègue roumaine nous a rejoints, nous avons tenu évidemment à lui faire découvrir le quartier, son nouvel univers. Où boire un verre, où faire ses courses, acheter des bouquins, se détendre, se délecter de cuisines aux accents divers et variés...*

*À cette occasion, nous avons tous découvert de nouveaux coins du Quartier Européen, que nous avons pu ajouter à nos carnets d'adresses de nouvelles boutiques, de nouveaux endroits gourmands et des commerces que nous n'avions pas repérés. L'habitude nous avait un peu fait oublier à quel point nous disposons d'une quantité incroyable de facilités, et la chance que nous avons de vivre dans un quartier ouvert à tous et si ouvert sur le monde. Nous étions fiers et heureux de le partager avec Ana. »*

## 6. Expériences

### Amis

*« Julie, Pénélope, Arthur et moi sommes amis depuis l'enfance. Et tous les quatre, bien que nous suivions des cursus universitaires différents à Bruxelles, nous rêvons de travailler pour les institutions européennes. C'est une des raisons, mais pas la seule, pour lesquelles nous nous retrouvons régulièrement au Quartier Européen, l'un de nos préférés à Bruxelles.*

*Ce fut notamment le cas le week-end dernier. Il faisait beau et vraiment le quartier prend en couleurs et en activités à chaque fois qu'on y vient et qu'on y revient. On s'est fait Experience Europe qu'on n'avait pas encore vu (très chouette) puis les traditionnelles frites de la Place Jourdan (qui restent parmi les meilleures de l'univers) avant de se poser au Parc du Cinquantenaire pour profiter du soleil et de la douceur printanière. Et pour finir cette sacrée belle journée, on s'est retrouvé Place du Luxembourg pour une petite tournée des bars. On adore cet endroit, on y croise des gens de toute l'Europe, on y parle toutes les langues... C'est vraiment particulier et c'est ce qu'on aime ».*

## 6. Expériences

### Famille / Touristes

*« Max, Victor et leurs deux enfants, Lara et Noé, arrivent à Bruxelles par le train de nuit depuis Genève. C'est leur première visite dans la capitale de l'Europe et ils sont tout excités à l'idée de découvrir cette ville dont on leur dit tant de bien. Chacun a dressé la liste ce qu'il veut voir et leurs envies les amènent tout d'abord au Quartier Européen, le cœur battant de cette aventure historique exceptionnelle qu'est la construction européenne.*

*Le quartier est très verdoyant, quel plaisir ! Et l'ambiance est au rendez-vous, la diversité, le dynamisme, les musées, les cafés et restaurants. Tous deux architectes de profession, Max et Victor se passionnent pour la richesse architecturale des façades, ce mélange si particulier de modernité, de classicisme, de tradition et d'originalité. Ce pourrait être horrible mais l'alchimie fonctionne parfaitement et créé une ambiance, une esthétique, un univers très particulier.*

*Mais évidemment, ils ne sont pas là que pour admirer les maisons et monuments qui passionnent un peu moins les enfants. Alors, en route pour le musée des sciences naturelles, puis une légendaire frites mayonnaise et on va se défouler dans le parc.*

*Ils découvrent un quartier qu'ils n'avaient jamais imaginé aussi cosmopolite, aussi vivant, accessible, accueillant et intense. Le contemporain y côtoie la tradition, les cravates se frottent aux t-shirts, les différentes langues se mélangent, le sérieux et le bon enfant n'ont jamais fait si bon ménage. C'est sûr, ils ne prendront pas le train du retour sans une pointe de nostalgie. Mais ils savent qu'ici, ils seront toujours les bienvenus ici. »*

## 6. Expériences

### Habitants

*« Camille et Jean, 55 ans tous les deux, habitent le Quartier Européen depuis près de 20 ans et ils sont ravis de tout ce qui s'y fait depuis quelques années. Leurs activités professionnelles respectives (le cabinet médical de Camille et la boutique de fleurs de Jean) se trouvent à quelques centaines de mètres de leur domicile et ça, c'est un sacré confort.*

*Et le quartier est si vivant qu'ils ont pris l'habitude, dès que le soleil apparaît, de se retrouver en fin de journée pour une ballade au Parc du Cinquantenaire avant de se retrouver dans leur café préféré Place du Luxembourg. Puis la soirée leur appartient... Jazz place Jean Rey ou rétrospective de cinéma des années 1950 au Parc Léopold.*

*La musique, la culture, la création, la convivialité, les espaces verts... autant de richesses que leur offre ce quartier qu'ils ne quitteraient pour rien au monde. »*

03

# Charte graphique

03.1

# Le logo

## Le logo complet

Le logo est constitué de deux éléments : le sigle « Q » et le nom.

Le sigle est la lettre « Q » de Quartier. La forme ronde est une représentation symbolique du centre du Quartier Européen et a un aspect d'ouverture qui reflète le côté accueillant et convivial. La couleur du sigle est variable.

Le nom se compose de trois mots : « EUROPEAN QUARTER BRUSSELS ». Il apparaît dans une couleur fixe (voir p. 33) qui est un bleu, inspiré de la couleur principale de l'Europe et de la Région Bruxelles Capitale.

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**EUROPEAN  
Q QUARTER  
BRUSSELS**

**Le logo complet  
en version positive  
et négative**

Le logo « EUROPEAN  
QUARTER BRUSSELS »  
existe en deux versions : une  
version en positive  
et en négative.

**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**

Logo en couleur, version positive

Logo en couleur, version négative

**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**



## Le logo complet en noir et blanc

Lorsque le support ou la méthode de reproduction ne permet pas l'utilisation du logo en couleurs alors, seulement, on utilisera les logos en noir et blanc.

Dans ce cas, le nom de la version positive sera mis en noir 100% et le sigle en noir 40%. Par contre le nom de la version négative sera en blanc avec le sigle également en noir 40%.

## Logo en noir et blanc, version positive

**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**

## Logo en noir et blanc, version négative



## Les logos compact

Dans certains cas, les initiales du nom « EUROPEAN QUARTER BRUSSELS » (et le sigle) pourront être utilisés séparément et dans des proportions / largeurs de lettres variables.

Le choix entre l'option A ou B dépendra du format du support.

L'option A pour des formats plutôt carrés ou ronds (voir page 54, 60 et 61).

L'option B pour des formats plutôt verticaux (voir page 48).

A



B



## Zone de sécurité et taille minimale

Afin de préserver la lisibilité et l'impact du logo, une zone de sécurité et une taille minimum doivent être respectées.

Pour une meilleure visibilité de la marque, il est important de respecter cette règle.

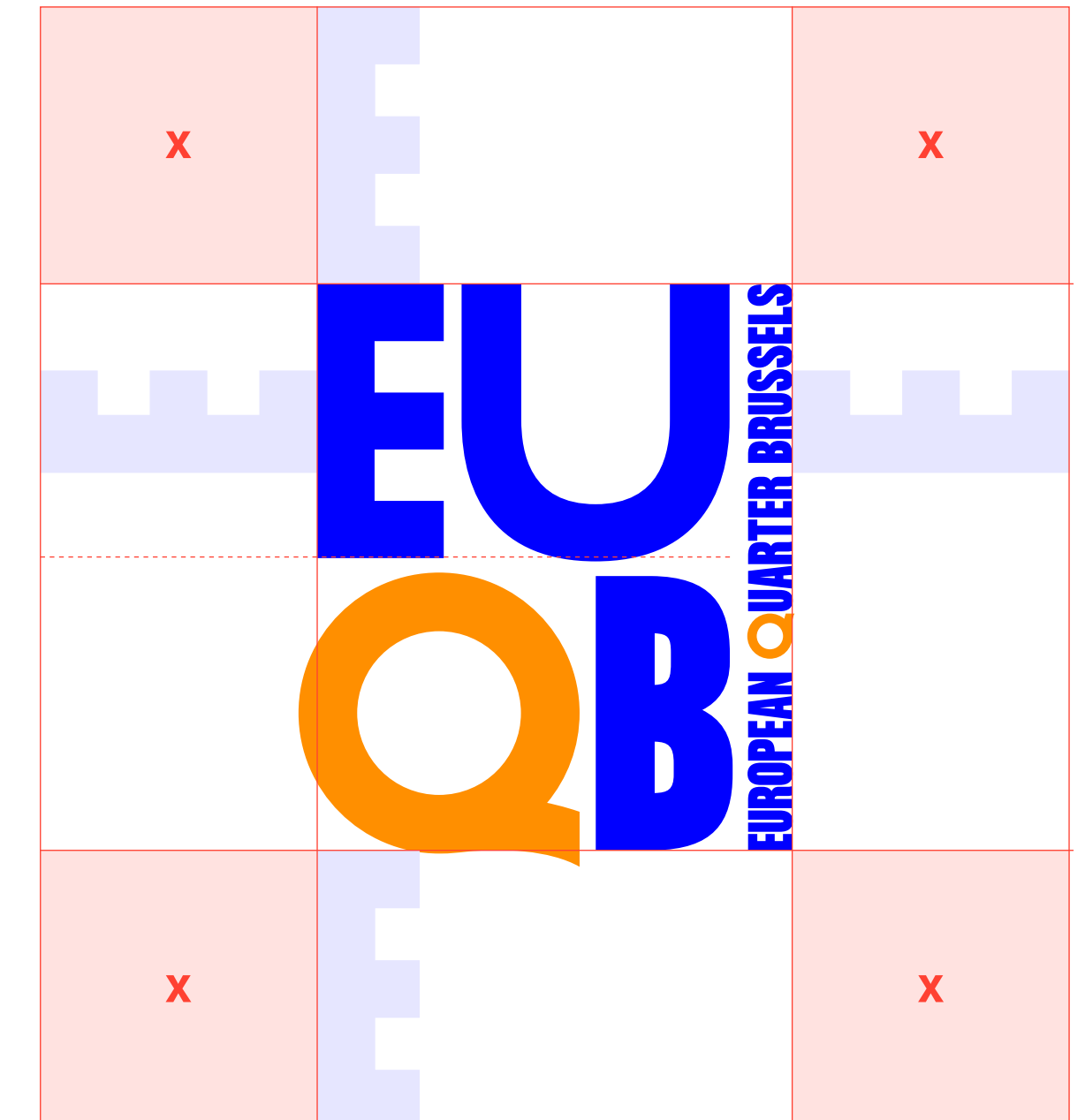
La zone de protection minimale du logo est définie par un carré (x) formé par la hauteur du corps des lettres « EUROPEAN QUARTER BRUSSELS ».

La hauteur du logo ne peut pas être inférieure à 25 mm.

## Zone de sécurité - logo complet



## Zone de sécurité - logo compact



## Taille minimale



## Versions non autorisées

**Le logo ne peut sous aucun prétexte être déformé ou modifié.**

Les quelques exemples présentés ci-contre sont autant de versions interdites.

**EX. 1** Ne pas mettre le nom et le sigle dans la même couleur.



**EX. 2** Respecter l'hierarchie des couleurs institutionnelles



**EX. 3** Ne pas condenser et/ou élargir le logo.



**EX. 4** Ne pas mettre en ombre derrière le logo



**EX. 5** Ne pas modifier les couleurs du logo par une/des autre(s) couleur(s).



03.2

# Les éléments de base

03.2.1.

# La typographie

## Typographie institutionnelle

La police de caractères choisie pour le "QUARTIER EUROPÉEN BRUXELLES" est "Knockout".

Elle devrait donc être utilisée sur tous les supports de communication.

La typographie "Knockout" est disponible en plusieurs graisses et formes, dont toute la "famille" peut être utilisée, ce qui rend la communication plus dynamique. Il convient de noter que cet achat n'est nécessaire que dans le cas où les partenaires créent leurs propres visuels sur base de la marque et en utilisant la police de caractères.

Cependant, l'utilisation du logo ne nécessite pas de licence séparée et est incluse dans la licence acquise par [visit.brussels](http://visit.brussels).

Elle peut être achetée [ici](#).

Knockout  
JuniorFeathererweight

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Knockout  
FullFeathererweight

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

Knockout  
JuniorHeviweight

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Knockout  
FullHeviweight

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

Knockout  
Sumo

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Knockout  
FullSumo

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

03.2.2.

# L'univers coloriel



## Couleur de base

Le bleu, inspiré de la couleur principale de l'Europe et de la Région Bruxelles Capitale, est la couleur de base du logo. Il est important que sa présence soit récurrente dans tous les supports de communication.



Couleur principale de l'Europe

---



**Bleu**

**Pantone 293 C**

**C 100 M 75 Y 0 K 0**

**R 0 G 0 B 255**

**#0000ff**

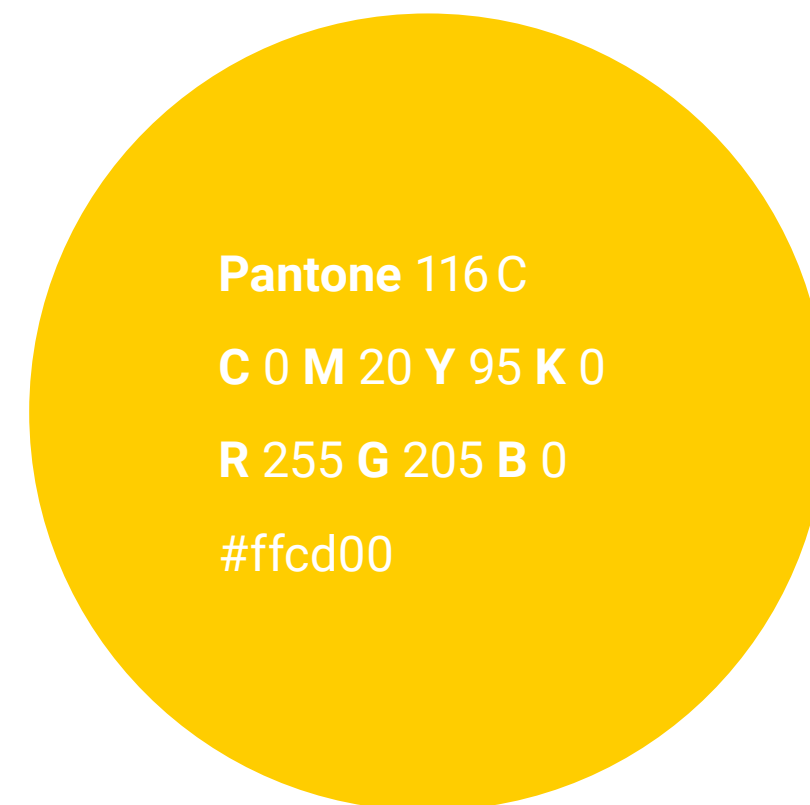
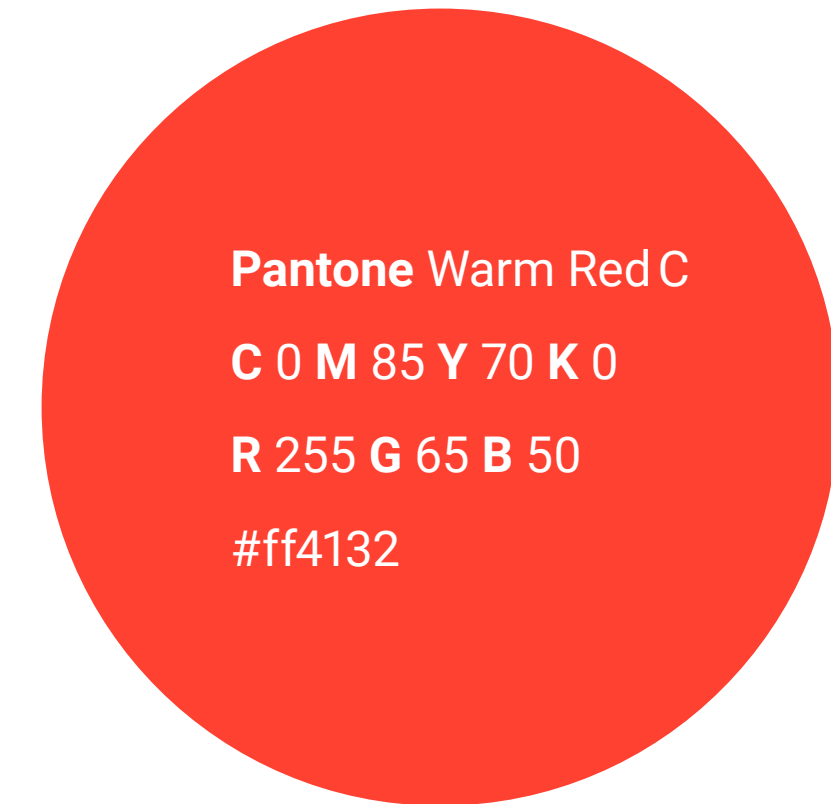
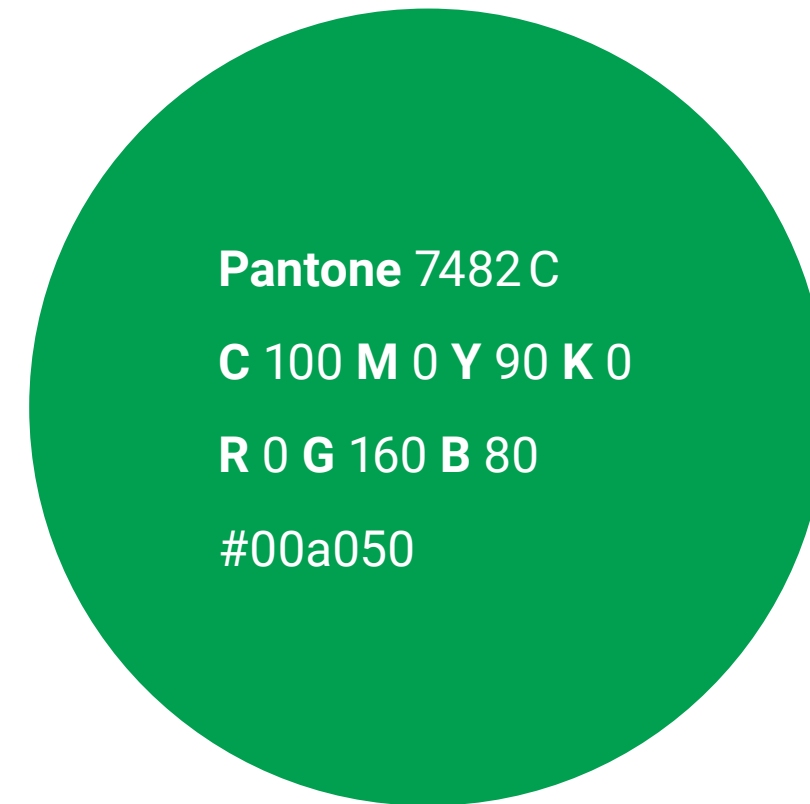


Couleur principale de  
la Région Bruxelles Capitale

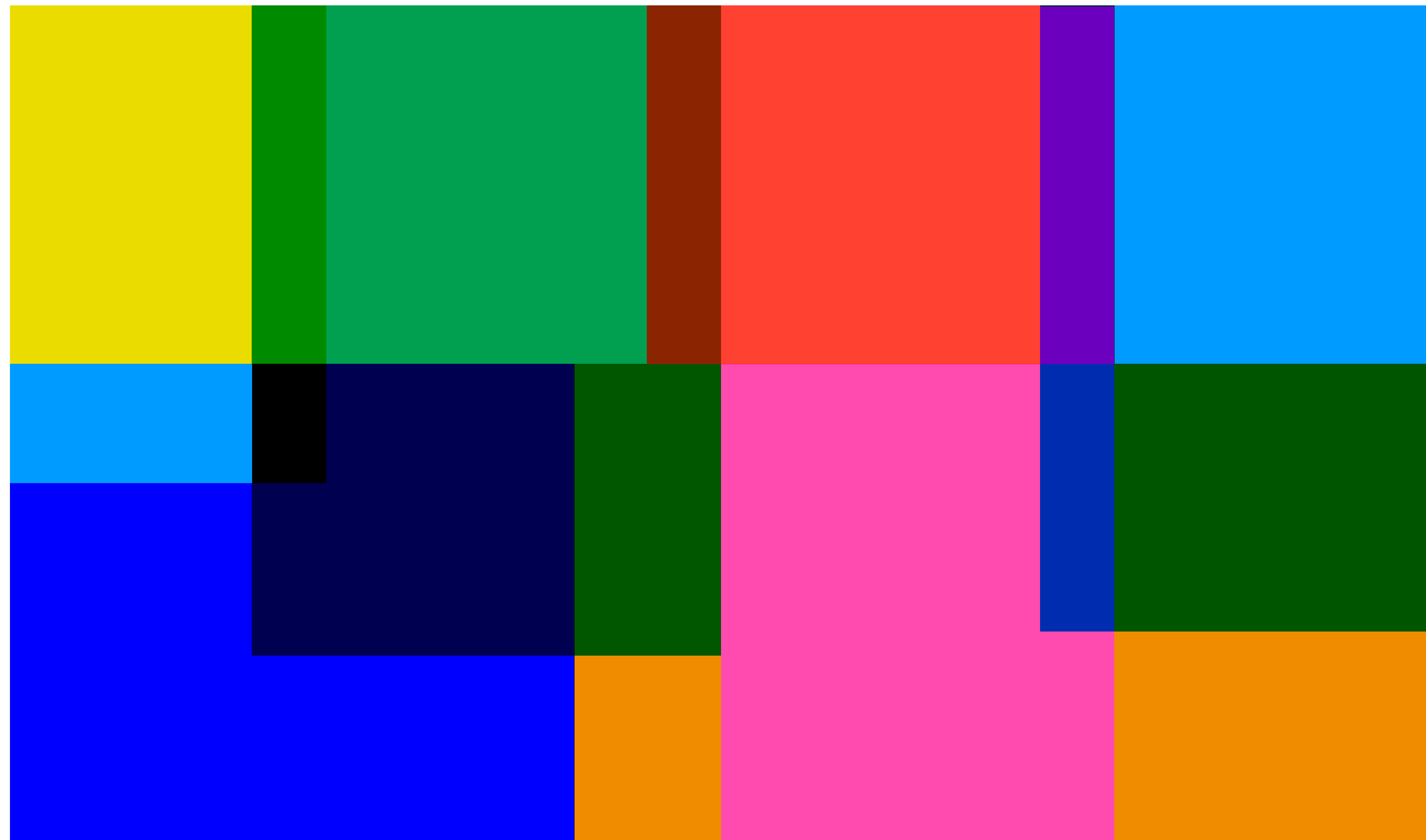
---

## Gamme des couleurs principales

Le bleu principal sera toujours accompagné par une couleur vivante. Il s'agit d'un univers coloriel issu des couleurs des drapeaux des 27 États membres de l'Union européenne.



Gamme de couleurs  
secondaire



03.2.3.

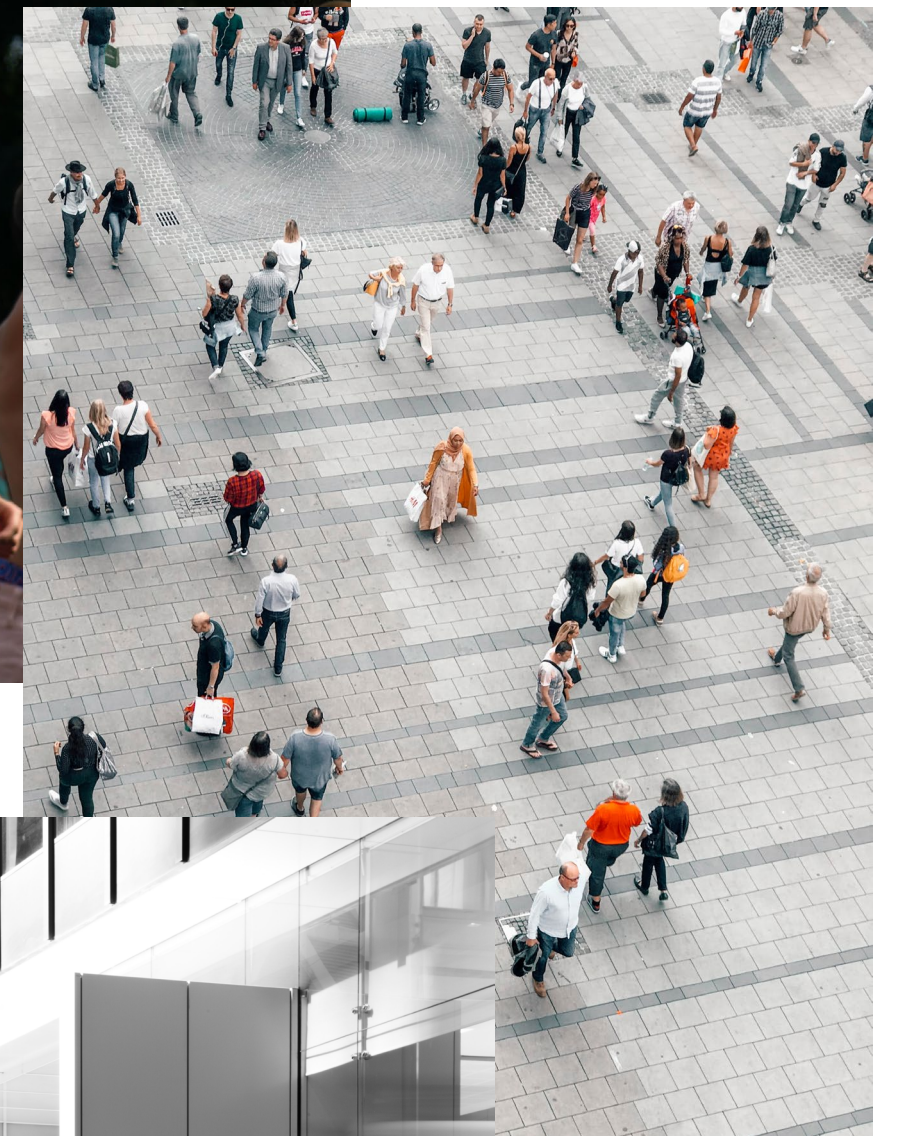
# L'univers photographique

## Univers photographique (1)

Choix d'images naturelles, spontanées, sans artifice, mettant en avant des instants, des moments de vie au travers de situations multiples et variées.

### Exemples de visuels #1

Des identités multiples et des cibles multiples réunis dans un quartier de vie.

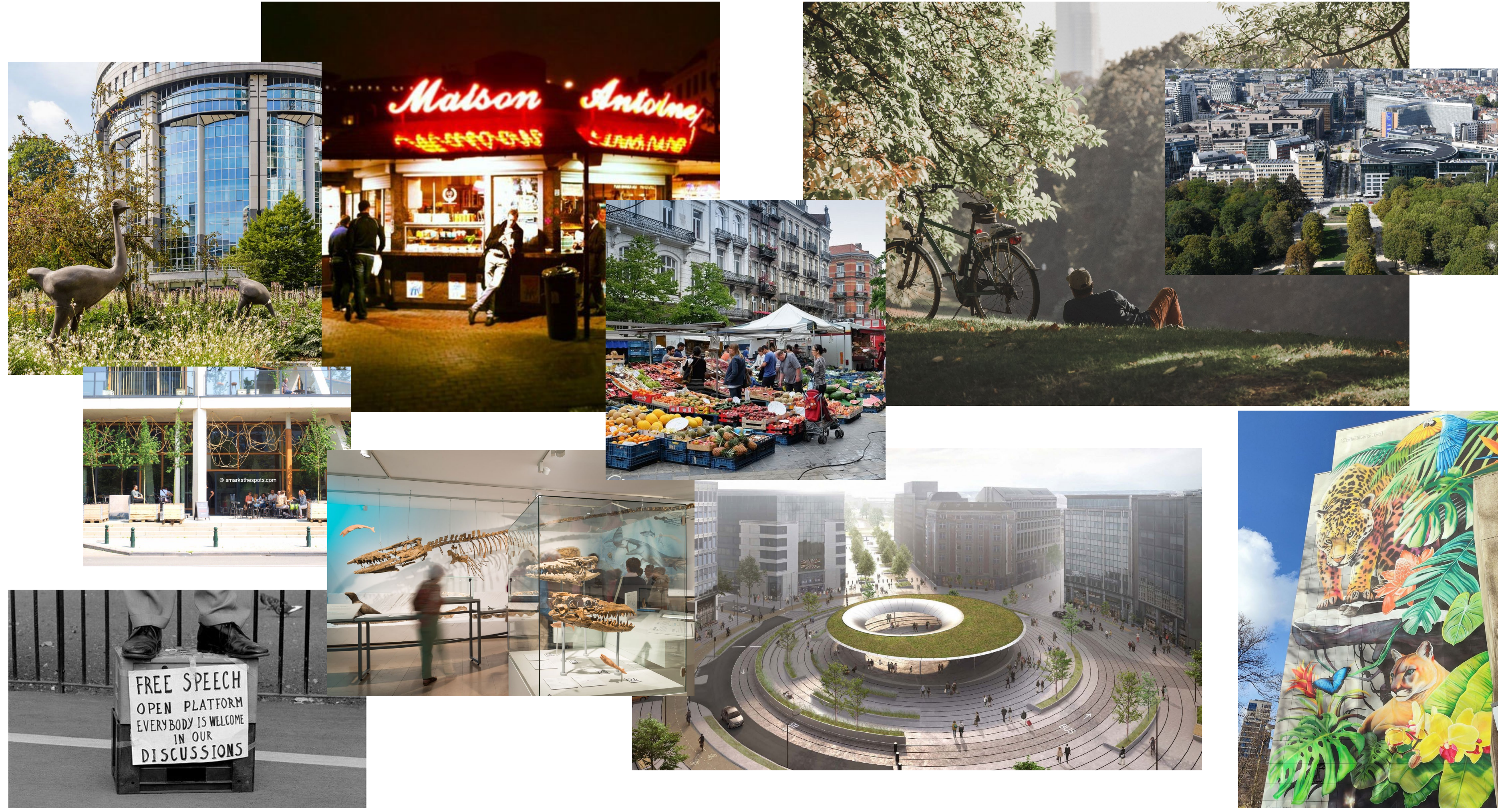


## Univers photographique (2)

Choix d'images naturelles, spontanées, sans artifice, mettant en avant des instants, des moments de vie au travers de situations multiples et variées.

### Exemples de visuels #2

La multiplicité des sous-quartiers, des aspects urbains – places, parcs, patrimoine architectural, musées, institutions...

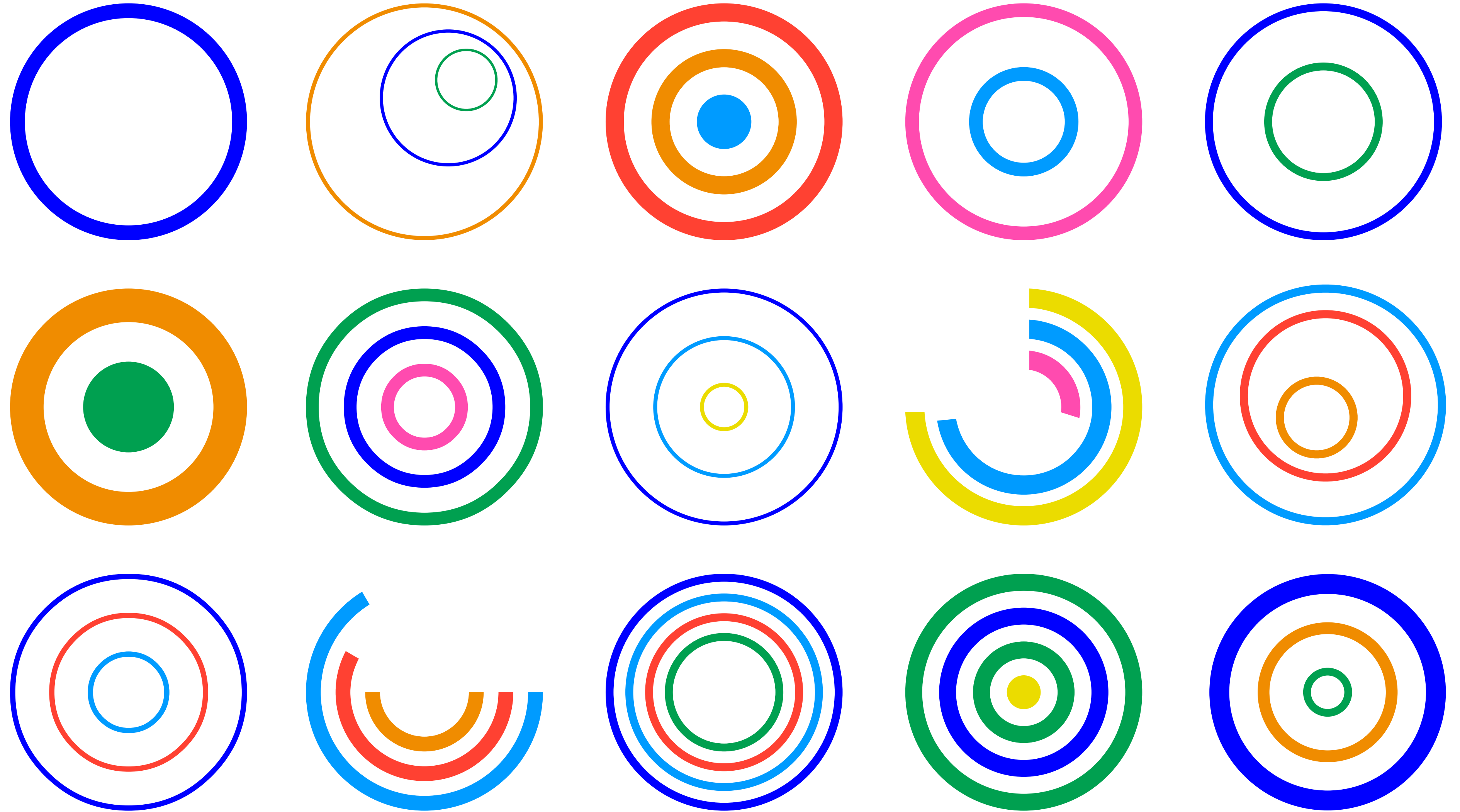


03.2.4.

# Les formes graphiques

## Formes graphiques

Une variété de cercles concentriques qui symbolisent un quartier mixte à rayonnement international. Ces formes seront toujours utilisées dans les couleurs principales et secondaires (p.34 et 35) et présentées de manière plus ou moins présente en fonction des sujets et des supports. Elles constituent une des bases graphiques essentielles de l'identité.





03.2.5.

# **Un système modulable**

## Un système typographique modulable

Système graphique sur base des initiales du nom « EUROPEAN QUARTER BRUSSELS » construit à partir de lettres de largeurs variables, ouvrant ainsi le champs de la créativité et de la personnalisation.

Le jeu des largeurs de lettres et de l'emplacement de la deuxième couleur permettent d'exprimer la multiplicité dans le corps même du logo compact.

Seuls les couleurs rouge, orange et vert, issues de la gamme principale, peuvent être utilisées.



## Un système graphique modulaire

Ici les lettres deviennent fenêtres. Elles s'ouvrent littéralement sur des images exprimant la dimension expérience... vivante, enthousiasmante, conviviale et sympathique.

Seules les lettres E, Q et B peuvent servir de fenêtre. En fonction des usages, il est envisageable d'insérer des images dans deux lettres, comme présenté à la page suivante.





03.3

# Applications

03.3.1.

# Au nom du Quartier

**Vous trouverez ici quelques exemples de supports de communication "au nom du quartier". Cela signifie que c'est le quartier lui-même qui envoie le message.**

**Le choix des différentes possibilités offertes par la nouvelle identité de marque dépendra des messages à communiquer. Lorsqu'il s'agit de communiquer l'identité réelle du quartier dans le but de créer une marque, la version compacte du logo peut être préférable, car elle contient, à l'intérieur des lettres, des éléments visuels porteurs de sens et constitutifs de l'identité. Lorsque la communication porte sur un sujet spécifique, sur une offre particulière, comme un concert par exemple, les codes de typographie et de couleur seront respectés, avec le logo complet en guise de signature.**

**Nous encourageons tous les partenaires à soumettre tous les supports de communication "au nom du quartier" à [visit.brussels](http://visit.brussels) afin d'assurer une cohérence globale.**



**EU**

**Q**

**B**

**EUROPEAN QUARTER BRUSSELS**



**EU**


**Q**



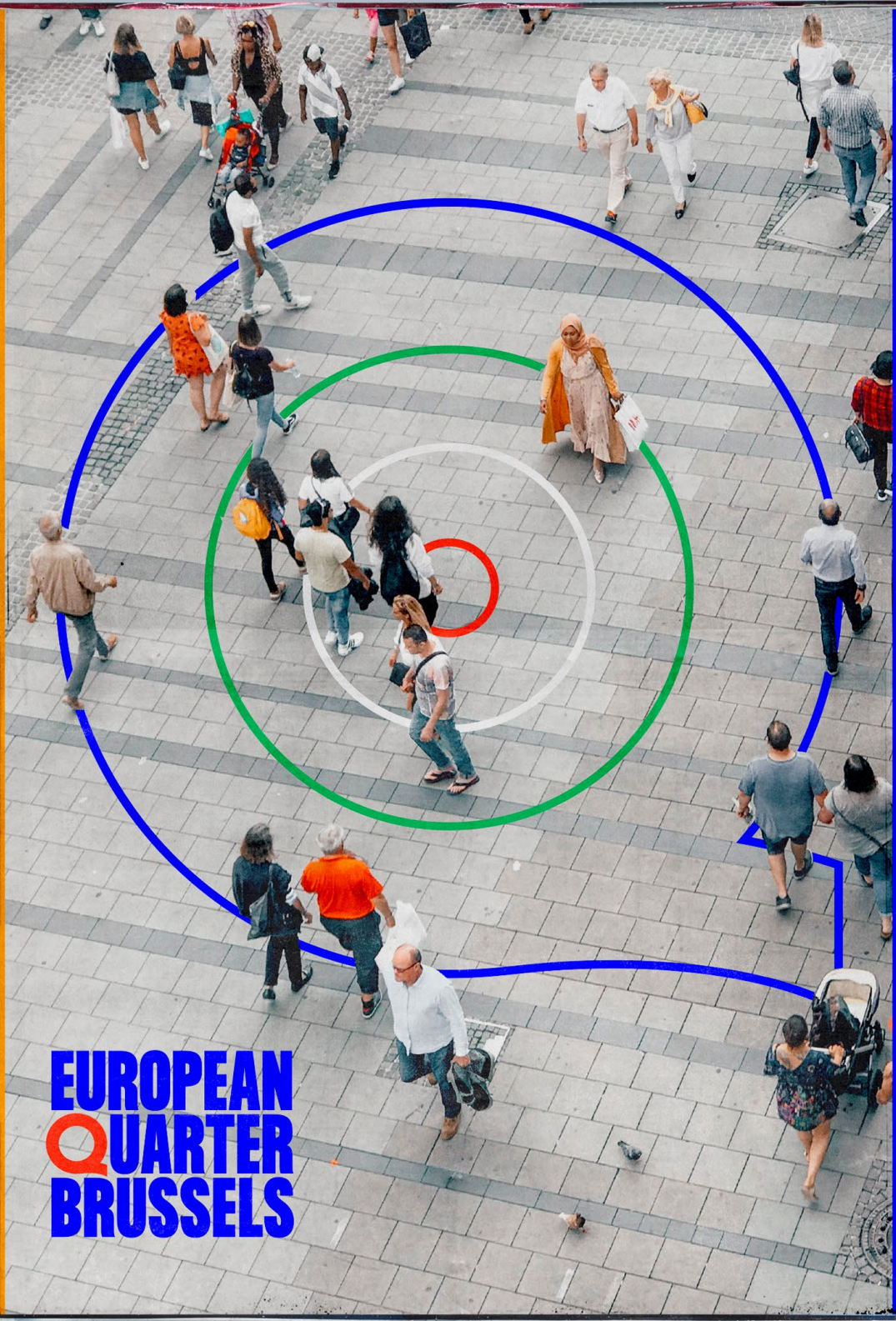
**EUROPEAN QUARTER BRUSSELS**



514601



**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**



**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**



**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**

JCDecaux



JCDecaux

# JAZZ MUSIC

The soul of poets



**20.09.22**  
8PM → FREE  
Parc Léopoldpark,  
Brussels

Jean-Louis RASSINFOSSE  
Double bass  
Pierre VAIANA  
Saxophone  
Fabien DEGRYSE  
Acoustic guitar

**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**

europaquarter.brussels

# JAZZ MUSIC

The soul of poets



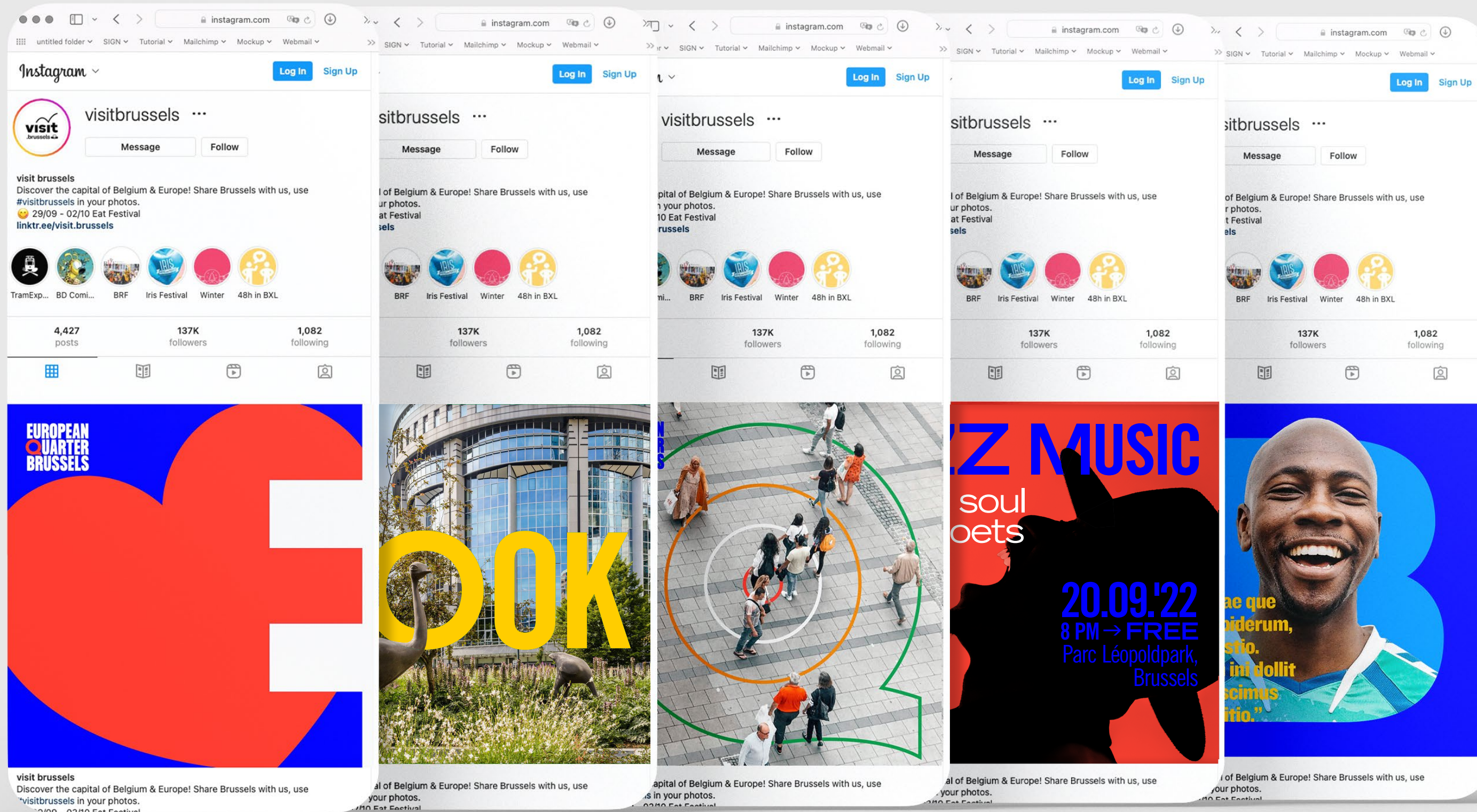
**20.09.22**  
8PM → FREE  
Parc Léopoldpark,  
Brussels

Jean-Louis RASSINFOSSE  
Double bass  
Pierre VAIANA  
Saxophone  
Fabien DEGRYSE  
Acoustic guitar

**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**

europaquarter.brussels





03.3.2.

# Marquage et partenariats

**L'objectif de cette marque partagée qu'est European Quarter Brussels, est d'être adoptée et utilisée par le plus grand nombre possible de partenaires et parties prenantes du quartier.**

**Deux cas de figure se présentent:**

- 1. le marquage : chaque acteur du quartier peut ajouter le logo QE sur sa communication. Il prend la forme du logo compact avec le nom du quartier inscrit en toutes lettres. Le choix de la deuxième couleur d'une des lettres est laissé à la discrétion de l'utilisateur, dans le respect des possibilités offertes dans la présente charte (voir page 34). Il est aussi autorisé d'utiliser le logo compact avec insertion d'une image (voir pages 43 et 44). Dans ce cas, l'utilisateur pourra insérer un élément graphique, une photo ou encore un zoom ou un extrait du visuel de l'annonce/affiche elle-même.**
- 2. Le quartier est un partenaire aux côtés d'autres soutiens. Dans ce cas, c'est le logo complet qu'il y a lieu d'utiliser.**

**SIGN UP TO THON+**

**BENEFITS FROM DAY ONE**

With our loyalty program THON+, you earn bonus points while you are sleeping. You also get several unique benefits and discounts.

Find more information and sign up at [thonhotels.com](http://thonhotels.com)




**ATELIERS KULTX**

**Ouverture Opening**

**28/08/2021 - 11:00-18:00**

- ▶ Expo 28/08-26/09
- ▶ Visites guidées / Geleide bezoeken / Guided tours
- ▶ Ateliers d'artistes / Kunstenaarsateliers / Artist studios
- ▶ Concert Noa Moon

[culture.ixelles.be](http://culture.ixelles.be)  
[cultuur.elsene.be](http://cultuur.elsene.be)




A l'initiative de Christos Doukeridis, Bourgmestre, Ken Ndiaye, Echevin de la Culture et du Musée, Els Cossé, Echevine de la Culture néerlandophone et de la Vie de quartier, Nevruz Unal, Echevine de la Rénovation urbaine et des membres du Collège des Bourgmestre et Echevins d'Ixelles. | Op initiatief van Christos Doukeridis, burgemeester, Ken Ndiaye, Schepen van Cultuur en het Museum, Els Cossé, schepen van Nederlandstalige cultuur en Wijkleven, Nevruz Unal, schepen van Stadsvernieuwing én de leden van het college van burgemeester en schepenen van Elsene.



# SIGN UP TO THON+

**BENEFITS FROM DAY ONE**

With our loyalty program THON+, you earn bonus points while you are sleeping. You also get several unique benefits and discounts.

Find more information and sign up at [thonhotels.com](http://thonhotels.com)

# ATELIERS KULTX

## Ouverture / Opening

**28/08/2021 - 11:00-18:00**

- ▶ Expo 28/08-26/09
- ▶ Visites guidées / Geleide bezoeken / Guided tours
- ▶ Ateliers d'artistes / Kunstenaarsateliers / Artist studios
- ▶ Concert Noa Moon

[culture.ixelles.be](http://culture.ixelles.be)  
[cultuur.elsene.be](http://cultuur.elsene.be)

A l'initiative de Christos Doukeridis, Bourgmestre, Ken Ndiaye, Echevin de la Culture et du Musée, Els Cossé, Echevine de la Culture néerlandophone et de la Vie de quartier, Nevruz Unal, Echevine de la Rénovation urbaine et des membres du Collège des Bourgmestre et Echevins d'Ixelles. | Op initiatief van Christos Doukeridis, burgemeester, Ken Ndiaye, Schepen van Cultuur en het Museum, Els Cossé, schepen van Nederlandstalige cultuur en Wijkleven, Nevruz Unal, schepen van Stadsvernieuwing en de leden van het college van burgemeester en schepenen van Elsene.



Etterbeek

# MARCHÉ DU SPORT

à l'occasion de  
*Tervueren en Fête*  
15/05/2022

AVENUE DE TERVUEREN (entre Merode et Montgomery)  
Stands d'information et initiations sportives  
Brocante de matériel sportif ouverte aux Etterbeekois

INFO  
02 627 25 81 – sport@etterbeek.brussels

Etterbeek: Collage de sportsmen et sportives, Avenue de Tervueren, 02/05/2022, Etterbeek

22.10 → 29.05.2022

# BEFORE TIME BEGAN

ABORIGINAL ART FROM AUSTRALIA

## LIVE THE DREAM TIME

ART & HISTORY MUSEUM

EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS

EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS

EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS

EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS

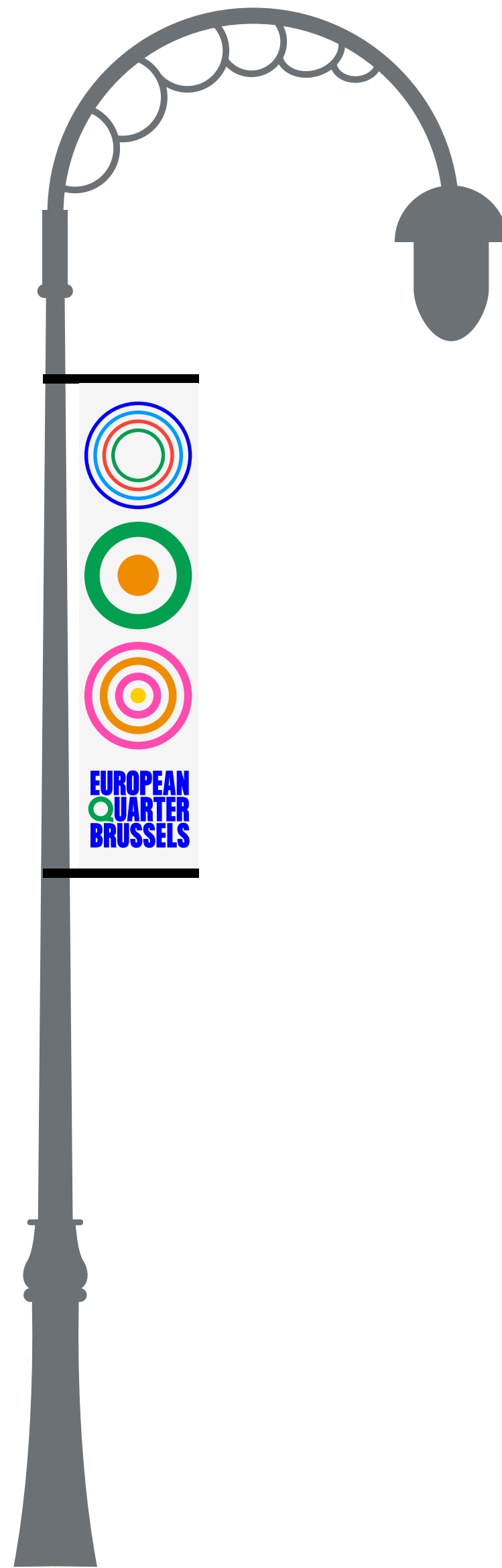
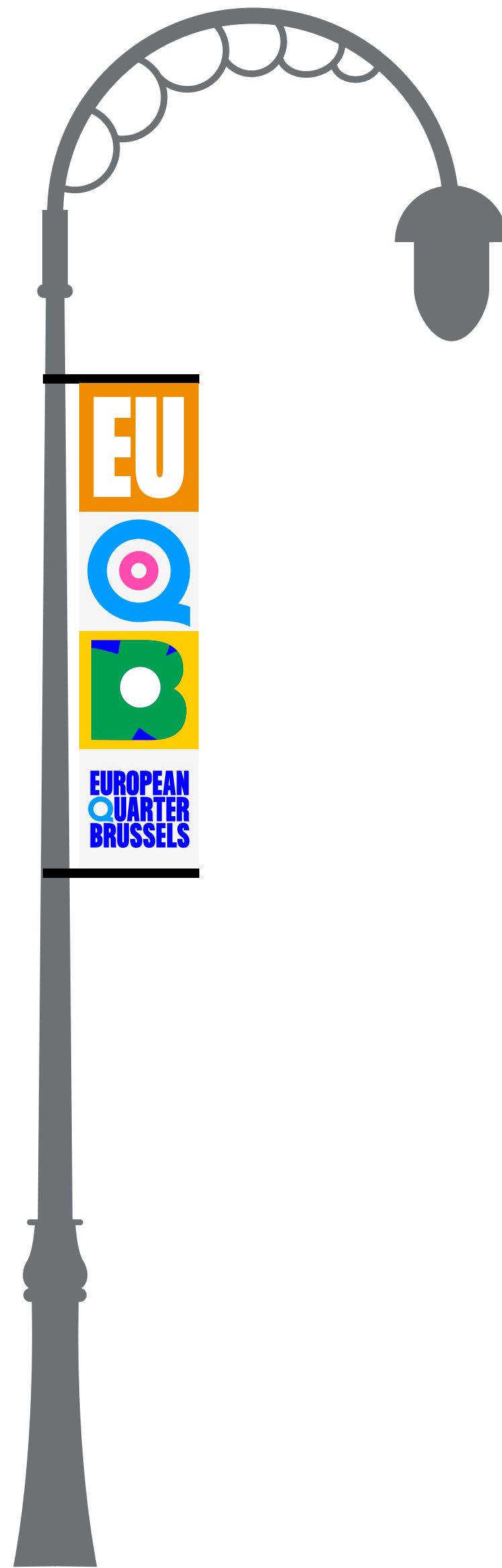
EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS



**03.3.3.**

# **Drapeaux et candélabre**





03.3.4.

# Communication par l'objet



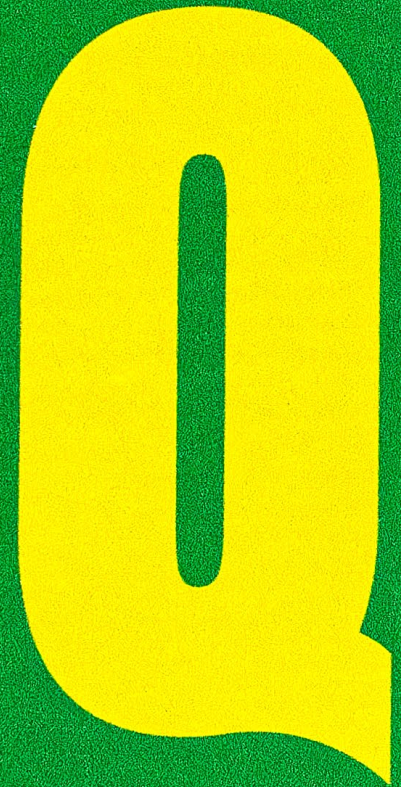




**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**



**EUROPEAN  
QUARTER  
BRUSSELS**



**EUROPEAN QUARTER BRUSSELS**



**QUARTER**



**BRUSSELS**

Ce guide trace les grandes lignes  
du « Style maison » du European  
Quarter Brussels.

Pour toutes demandes  
complémentaires veuillez prendre  
contac avec le responsable du service  
de communication:

<https://www.euqbbrand.brussels>  
[info@euqbbrand.brussels](mailto:info@euqbbrand.brussels)