

EEN NIEUWE
HUISSTIJL

Bruggespraak

EXTRA EDITIE JAARGANG 7 JANUARI 2007

BRU
GGE
WERELDERFDEESTAD

BESTE BRUGGELING



BESTE BRUGGELING ↓

Een Bruggespraaknummer tussen-door? Dan moet er nieuws zijn! Nieuws aan het begin van een nieuw jaar, nieuws over een nieuw stadsbestuur, nieuws over een nieuwe lay-out voor Bruggespraak, nieuws over een belangrijk imago-ondersteunend project ... en dat alles verpakt in een heel nieuwe huisstijl.

Een stad is een huis met vele kamers. Hoe verschillend die kamers ook zijn, samen dragen ze een bepaalde, eigen stijl uit. Wat is de sfeer van Brugge? Welk beeld van Brugge willen wij naar buiten brengen of hoe willen wij dat Brugge zich naar de wereld profileert? Hoe kunnen we die perceptie van onze stad - of de manier waarop Brugge ervaren wordt - sturen? Die vragen stelden wij ons onlangs in het kader van een positioneringsproject. Het valt niet te ontkennen dat steden vandaag meer dan ooit aandacht besteden aan een sterk profiel. Dat is natuurlijk één van de gevolgen van de evolutie van de markt van steeds meer concurrerende kunststeden, maar past ook binnen de trend om meer en meer aandacht te besteden aan commu-




UW BURGEMEESTER
PATRICK MOENAERT

nicatie. Het imago van steden krijgt traditioneel vorm via administratieve stukken en drukwerk zoals infobladen, visitekaartjes en jaarverslagen. Sinds enkele jaren zijn daar nieuwe dragers bijgekomen zoals websites en elektronische nieuwsberichten. Tijd dus om eens na te gaan hoe Brugge via al deze communicatiekanalen en via alle stadsdiensten het door de Stad gewenste imago kan uitdragen; tijd voor een hedendaagse huisstijl en een nieuw, krachtig logo.

Kort voor dit Bruggespraaknummer werd samengesteld, had de City Film Office Brugge goed nieuws voor onze stad: binnenkort wordt de naam van onze stad rechtstreeks gekoppeld aan een Brits-Amerikaanse filmproductie van topkwaliteit die hier integraal wordt opgenomen en waarin Brugge één van de hoofdrollen speelt.

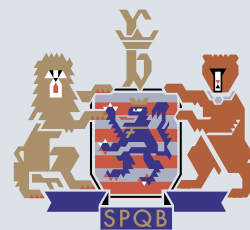
Zo gaat het beeld van Brugge straks de wereld rond en, wie weet, schittert u als lokale figurant op het grote scherm...

Ik hoop dat het nieuwe logo u bevalt en dat ook u valt voor de dynamiek van een stadsstijl die, met volle respect voor de bestaande waarden, zichzelf af en toe durft her uit te vinden...



HET VROEGERE LOGO

Elke stad in Vlaanderen heeft, zoals decretaal vastgelegd, een eigen wapen en een vlag. Het stadswapen moet aangebracht worden op het gemeentezegel, waarmee bepaalde akten worden bekleed.



Stad Brugge

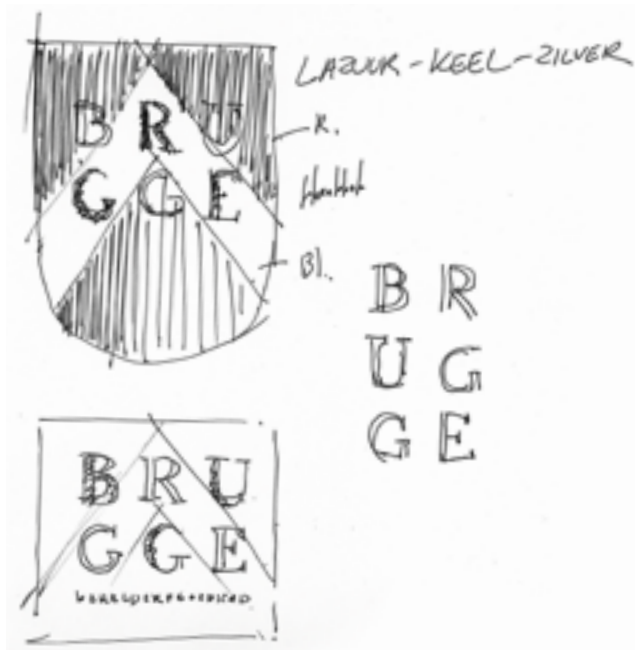
Tot voor kort gebruikte de Stad het stadswapen, in een in 1986 aangepaste, gestileerde versie, ook als kenteken. Het stadswapen heeft een rijke geschiedenis. De kleuren zilver, rood en blauw voerden de Bruggelingen in hun vaandel tijdens de 14de-eeuwse veldslagen. In de 16de eeuw werd het wapenschild vastgehouden door een beer, volgens de legende de oudste inwoner van Brugge.

Later kwamen twee schildhouders in de plaats: een beer en een leeuw. De gekroonde "b" werd bovenop het schild geplaatst en eronder kwam een Latijnse wapenspreuk: S.P.Q.B., wat betekent 'Senatus Populus Que Brugensis' of 'het bestuur en het volk van Brugge'. Zo ontstond het volledige Brugse stadswapen en zo kreeg je vijftien jaar lang brieven van het stadsbestuur met het hertekende stadswapen als logo.

Het stadswapen verdwijnt nu natuurlijk niet; het blijft een belangrijk stadssymbool met een grote heraldische waarde en zal nog steeds voorkomen op bepaalde akten om die te officialiseren.

HET NIEUWE LOGO

Het afgelopen jaar maakte Toerisme Brugge werk van het vastleggen van een onderscheidend en emotioneel onderbouwd imago voor onze stad. Naast het maken van een nieuwe databank met hedendaagse, ietwat verrassende beelden voor toeristische promotie, leidde dat ook tot het ontwikkelen van een totaalproject rond de beeldvorming van Brugge.



Een aantal uitgangspunten werden eerder geformuleerd in het strategisch beleidsplan voor toerisme van het WES: Brugge is een werelderfgoedstad met een levende cultuur en een intiem karakter. Maar om het gewenste imago van een stad te bepalen, mag je je niet beperken tot het optellen van haar technische karakteristieken. Je moet je ook afvragen wat de stad doet voor of oproept bij haar inwoners, bezoekers, klanten... Het antwoord daarop, het merk-karakter van Brugge, werd geformuleerd door diverse bevoorrechte getuigen uit de economische en culturele sector en getoetst aan een ruimere klankbordgroep. Het resultaat was een conceptnota die vervolgens door verschillende aangeschreven bureaus werd omgezet in een nieuw logo en een nieuwe huisstijl voor de stad.

De keuze viel op een ontwerp van reclamebureau d-Artagnan: Ignace Van Avermaet van d-Artagnan

geeft toelichting bij het nieuwe logo van Stad Brugge: "Voor het nieuwe logo hebben we ons gebaseerd op thema's uit het verleden die we op een hedendaagse manier vorm hebben gegeven. De originele kleuren in het wapenschild van Brugge zijn rood, lazuur (blauw) en zilver. Het rood werd behouden en na samenvoeging van blauw en zilver bekwamen we de tweede kleur, het blauwgrijs. Door het kleurenspeel in het logo krijgen we twee driehoeken, die ook hun oorsprong vinden in de heraldiek. Bijkomend is er de verwijzing van deze vorm naar de typische Brugse trapgevels. We kozen voor een vierkante vorm, omdat dit als logo het best toepasbaar is. Op deze manier garanderen we ook dat het logo bij een minimaal gebruik herkenbaar en duidelijk blijft."

Vanaf nu krijgt Stad Brugge ook een baseline of onderschrift: werelderfgoedstad. "De volledige Brugse binnenstad werd door de UNESCO erkend als Werelderfgoed, wat een zeldzaamheid is. Dus leek het ons



aangewezen om dit mee te nemen in het nieuwe logo."

Het logo is sinds 1 januari terug te vinden op alle correspondentie van de stad, maar ook op de elektronische informatieborden, de stadsplannen, de stadswagens, de vlaggen, de stadsgebouwen, de uniformen van stadsmedewerkers, je Bruggespraak natuurlijk... Niet alles wordt tegelijkertijd aangepast; voor bepaalde zaken, zoals de uniformen, bestaat een uitdoofscenario, andere worden dan weer met voorrang aangepakt. Zo verstuurt de Stad Brugge sinds januari geen brieven meer zonder het nieuwe, frisse logo en ook de website werd meteen aangepast.

De huisstijl en het logo worden ingevoerd voor alle stadsdiensten. Alleen Cultuurcentrum Brugge, Toerisme Brugge en Musea Brugge voeren ook nog een eigen logo, altijd ondergeschikt aan het algemene stadslogo.



De eerste realisaties van drukwerk in de nieuwe huisstijl waren imagobeelden voor Toerisme Brugge. Nathalie Strubbe is één van de twee meisjes die het nieuwe beeld van Brugge een gezicht gaven! Wanneer we Nathalie opzoeken in haar beeldhouwatelier, blijkt al snel dat ze schoonheid niet alleen een gezicht, maar ook een ziel geeft.

NIEUWE IMAGOBEELEN

NATHALIE Ik ben van oorsprong Brugse en woon hier nu weer na enkele jaren afwezigheid voor mijn job als model. Misschien heeft het tijdelijke weggaan mijn liefde voor deze stad nog vergroot. Ik ben nog steeds onder de indruk als ik door Brugge loop: er is zoveel moois te zien. Het is zonde om als je door Brugge wandelt, de grond te fixeren; het is hogerop dat er van alles te beleven is: prachtige gevels, nisjes, mooi raamwerk... soms integreer ik stukjes Brugge in mijn werk; zo maakte ik afgietsels van de bovenkant van Brugse paaltjes om er een wand- en lichtkunstwerk mee te maken.

BRUGGESPRAAK *Sprak het idee om een gezicht van de stad te worden je meteen aan?*

NATHALIE Zeker weten, ik ben een fan van Brugge en als ik tijd vrijmaakte voor dit project, dan was dat precies omdat het voor mijn stad was en om mijn stad draaide.

BRUGGESPRAAK *Wat moesten de beelden waaraan jij meewerkte voor jouw gevoel uitdrukken om te kunnen spreken van een geslaagde campagne?*

NATHALIE De beelden mochten niet statisch zijn of koel. Ze moesten spontaan emoties oproepen zoals blijheid en dat mooie Vlaamse woord: "goesting".

BRUGGESPRAAK *Hoe vind je de nieuwe huisstijl in het algemeen en het logo in het bijzonder? Wat roepen ze bij jou op?*



NATHALIE Ik vind ze echt heel aantrekkelijk. Het logo is een blokje, wat me aan de trapgevels doet denken, zonder evenwel lomp te zijn, want er is licht in verwerkt achter de fris ogende letters. Het logo is tegelijkertijd sterk en verfijnd. Ik ben ook erg blij met de kleuren: het rood doet mij denken aan traditie omdat het ook op veel schilderijen en in oude interieurs voorkomt.

De combinatie van de hedendaagse vormgeving met de verwijzing naar de historische kleuren brengt de boodschap goed naar voren: respect voor het verleden hoeft vernieuwing niet in de weg te staan!

JOUW LOGO

Ontdek jij nog oude logo's van de Stad waarvan je denkt dat ze over het hoofd zullen worden gezien? Geef Bruggespraak dan een seintje. We verzamelen alle suggesties en loten er enkele uit die kunnen rekenen op een leuke prijs. Winnaars maken we bekend in het juninummer. Organiseer je een evenement waarvoor je stadsmedewerking en/of een stadssubsidie krijgt? Vermeld dan duidelijk op al je publicitair drukwerk (persmededelingen, affiches, folders, ...) 'met logistieke steun van de Stad Brugge' en/of 'met financiële steun van de Stad Brugge' en gebruik het stadslogo 'Brugge Werelderfgoedstad', conform aan de huisstijl van de Stad Brugge. Als de breedte van het logo minder is dan 22 mm, vervalt het onderschrift 'Werelderfgoedstad'. Je kan het juiste logo bekomen bij de huisstijlcoördinator, T 050/44 86 79 of E Tijs.Synaeve@brugge.be.

JOUW BRUGGE SPRAAK

Vanaf 2007 is ook je Bruggespraak in de nieuwe huisstijl opgemaakt. Vlot leesbare teksten, ondersteund

door een frisse, aantrekkelijke lay-out moeten je uitnodigen om driemaandelijks het nieuws over je stad te lezen. Vertrouwde rubrieken blijven, maar we nodigen je in dit extra nummer uit om zelf suggesties te doen voor nieuwe rubrieken, onderwerpen of ideeën voor je infoblad. Bruikbare voorstellen worden beloond met een fijne attentie.

Mail je inspiratie voor de oproep onder de artikels Jouw Logo en Jouw Bruggespraak naar persdienst@brugge.be of stuur een briefje naar Persdienst Stad Brugge, Burg 12, 8000 Brugge.

NOG NIEUW

De website www.bruggebereikbaar.be is een initiatief van de Stad Brugge, de Vlaamse overheid, UNIZO en bvba Pixular. De initiatiefnemers richten zich tot ondernemers, klanten en omwonenden met zeer actuele informatie over wegwerkzaamheden, omleidingen en gewijzigde verkeerssituaties. In eerste instantie gaat vooral aandacht naar de werkzaamheden voor de ondertunneling van de N31 ter hoogte van de Koningin Astridlaan.

OOK NIEUW: JE STADSBESTUUR!

Sinds 2 januari is een nieuw stadsbestuur actief. Hierbij vind je foto's van alle gemeenteraadsleden en van het College van Burgemeester en Schepenen.

In het volgende nummer van Bruggespraak, dat iets later dan gewoonlijk in de bussen zal vallen, lees je meer over de beleidsplannen, handig bijeengebracht in de beleidsnota 2007-2012.



BRUGGE FILMSTER



In 2005 werd in Brugge (net als in Antwerpen, Gent en Oostende) een City Film Office opgericht. Het City Film Office Brugge is een afdeling binnen Toerisme Brugge die Brugge promoot als locatie voor film- en TV-producties.

Een filmploeg in de stad betekent een belangrijke rechtstreekse economische meerwaarde voor de stad: veel medewerkers, veel overnachtingen, restaurantbezoek,... veel inbreng ook van lokale organisaties, firma's en mensen voor het aanleveren van heel wat benodigheden, het ter beschikking stellen van locaties,...

Bovendien levert het feit dat een film hier wordt gedraaid toeristische en culturele promotie van onschatbare waarde op: als de film aanslaat bij het publiek, komen kijkers naar de plaats waar hij gedraaid werd.

Denk maar aan de Aspe-wandelingen langs locaties uit de serie.

HET CITY FILM OFFICE HEEFT GROOT NIEUWS

Jouw stad speelt straks de hoofdrol in een Brits-Amerikaanse kwaliteitsfilm. Brugge, met al haar schoonheid en met het nieuwe logo, reist straks de wereld rond in "In Bruges".

De film brengt het verhaal van twee huurmoordenaars die, na de moord op een priester, vluchten naar Brugge. Eén van de hoofdpersonages wordt in Brugge gekweld door zijn geweten omdat bij de aanslag onbedoeld ook een klein jongetje om het leven kwam. Hij vindt hier troost bij een meisje, maar dan krijgt zijn kompan de opdracht ook hem om het leven te brengen...

De zwarte komedie "In Bruges" speelt zich voor het overgrote deel in Brugge af, zoals de titel aangeeft. Martin Mc Donagh, schrijver en regisseur van "In Bruges" won in 2006 een Oscar met zijn regiedebuut van de kortfilm Six Shooter. Hij is een in het Verenigd Koninkrijk zeer gevierd toneelschrijver; de enige na Shakespeare die vier theaterstukken tegelijkertijd lopen had in London's West End. Over het filmproject in

Brugge zegt Martin McDonagh: "Ik ben een tiental keer in Brugge geweest. Mocht men mijn script in een andere stad hebben willen verfilmen, dan had ik gepast. De locatie is dermate belangrijk dat de stad niet het decor, maar een personage is." Een Brits en een Amerikaans productiehuis tekenen voor de film, respectievelijk Blueprint Pictures en Focus Features. Blueprint Pictures is het Londens filmproductiehuis van Graham Broadbent en Pete Czernin. Graham Broadbent is, met 13 filmproducties in 10 jaar tijd, één van de meest actieve onafhankelijke producers in het Verenigd Koninkrijk. Peter Czernin had 9 jaar een leidinggevende functie in de Hollywood studios in Los Angeles.

Focus Features (www.focusfeatures.com) produceert, financiert en distribueert wereldwijd films. Het brengt de meest originele filmverhalen van 's werelds meest vernieuwende filmmakers uit, zoals Roman Polanski's The Pianist, Sofia Coppola's Lost in Translation, Pedro Almodóvars Hable con Ella, Walter Salles' The Motorcycle Diaries, and Fernando Meirelles' The Constant Gardener: allemaal Oscarwinnaars!

De opnames voor "In Bruges" starten op 2 februari 2007 en duren zes en een halve week. Er zullen enkele ingrepen in het stadsbeeld nodig zijn: zo zal op sommige plaatsen de kerstverlichting langer blijven han-

gen omdat de film zich afspeelt in de kerstperiode. Ook zullen geregeld straten moeten worden afgezet of tijdelijke verkeersmaatregelen moe-

ten worden genomen. Die brengen onvermijdelijk wat hinder met zich mee, maar daartegenover staan heel wat voordelen...



'IN BRUGES'

CREW & CAST

100-tal

OVERNACHTINGEN

5 500

TOTAAL PRODUCTIEBUDGET

US \$ 12 500 000

LOKALE FIGURATIE

1 100 werkdagen

TOTAAL GESCHAT BEDRAG DAT IN BRUGGE GESPENDEERD ZAL WORDEN

€ 2 400 000

'IN BRUGES' BRENGT OOK LOKALE JOBS MET ZICH MEE

> Wil jij schitteren op het witte doek?
Weten hoe het er achter de schermen

van een filmset aan toe gaat? Kortom, wil jij een figurant zijn in deze kwaliteitsfilm? Dan is dit je kans!

> Gezocht voor de filmopnames in februari en maart:

mensen van alle leeftijden, maten en gewichten.

> Om in aanmerking te komen, stuur je een recente foto met je contactgegevens (naam, adres, telefoonnummer en maten) naar:

Info

Bell Tower Productions

Jakob Verbruggen, Site Oud Sint-Jan, Mariastraat 38, 8000 Brugge,

T 0479/97 60 00,

E figuratieinbruges@skynet.be

Voor alle vragen die geen betrekking hebben op de figuratie

City Film Office, T 050/44 46 46

E jean-pierre.drubbel@brugge.be &

E bieke.janssens@brugge.be

Voor de periode januari-februari-maart worden nog enkele Brugse medewerkers gezocht. Zij worden ingeschakeld voor een aantal praktische taken.

Meer info over deze tijdelijke jobs: E jobsinbruges@skynet.be.



2
VOORWOORD BURGEMEESTER

3
HET VROEGERE LOGO

4
HET NIEUWE LOGO

5
NIEUWE IMAGOBEELDEN

6
JOUW LOGO

6
JOUW BRUGGESPRAAK

6
NOG NIEUW

6
OOK NIEUW: JE STADSBESTUUR

7
BRUGGE FILMSTER

UITGAVE

J. Coens stadssecretaris

FOTOGRAFIE

Jan Termont,
Dirk Van der Borgh,
d-Artagnan,
Ruben Stragier,
Cayman-Verne

VORMGEVING

Graphic Design die Keure

DRUK

Drukkerij die Keure

REDACTIE

Redactieraad Bruggespraak

HOOFDREDACTIE

Persdienst

Je infoblad staat ook op
www.brugge.be