



# SCOUTS®

Creating a Better World

World Organization of the Scout Movement  
Organisation Mondiale du Mouvement Scout  
Всемирная Организация Скаутского Движения  
Organización Mundial del Movimiento Scout  
المنظمة العالمية للحركة الكشفية

## MANUEL DE LA MARQUE

VERSION PROMOTIONNELLE

#### **Vision**

Les SCOUTS sont portés par une grande idée.  
Leur vision est de créer un monde meilleur.

#### **Mission**

Pour réaliser notre grande idée, notre mission est  
d'éduquer les jeunes à jouer un rôle actif dans la  
société.

## 1. Notre philosophie

# 1.1 Vision | Mission

Vision, mission et potentiel sont présentés ici  
sous forme résumée. Ils sont conformes à la  
Constitution du Scoutisme et sont repris de la  
Stratégie pour le Scoutisme, approuvée par les  
précédentes Conférences mondiales du  
Scoutisme.

#### **Vision**

**Créer un monde meilleur**

#### **Mission**

**Eduquer les jeunes à jouer un rôle  
actif dans la société**

#### **Comment s'en servir ?**

La vision et la mission nous permettent  
d'exprimer les idéaux et le travail du Scoutisme  
en quelques secondes seulement.

La vision et la mission peuvent nous aider à  
démarrer ou à conclure un discours, à répondre  
aux questions d'un journaliste, à proposer un  
titre pour un article de journal ou une  
présentation audio-visuelle.

## **1. Notre philosophie**

### 1.1 Vision | Mission

### 1.2 Potentiel

## 1. Notre philosophie

# 1.2 Potentiel

### A quoi sert le potentiel de la marque ?

Les valeurs ou le potentiel de la marque sont les qualités dont nous avons besoin pour vivre notre grande idée. Elles constituent la personnalité de la marque. Elles répondent à la question simple : "Qui suis-je ?"

### Quand pouvons-nous employer ces mots d'orientation ?

- Pour définir l'aspect de la marque, les éléments graphiques (logo, cordes, couleurs, type, images).
- Pour créer le caractère de la communication (intonation, style, initiative, etc.).
- Pour sélectionner les temps de pause.

Pour vivre notre grande idée, nous nous concentrons sur notre potentiel.

### Engagé



#### Comment...

- Engagement dans des activités
- Apprentissage et formation par l'action
- Engagement personnel
- Sentiment d'appartenance
- Créant des opportunités pour participer à la construction de quelque chose
- Encourageant la diversité, faisant la promotion de l'égalité et pratiquant la tolérance
- Respect mutuel au niveau individuel

### Passionné



#### Comment...

- Attractif et dynamique, offrant de nouvelles dimensions et des alternatives passionnantes
- Suscitant la passion et l'engagement
- Amenant à innover
- Permettant de découvrir l'amitié ("fraternité et communauté")
- Leader et allant de l'avant

### Autonome



#### Comment...

- Développant le potentiel social, physique, spirituel d'un individu et ses qualités de meneur
- Permettant à des individus et à des groupes d'établir des principes démocratiques et des structures et de les mettre en oeuvre
- Donnant des responsabilités
- Véhiculant des valeurs éthiques
- Renforçant la maturité personnelle et sociale

## 1. Notre philosophie

### 1.1 Vision | Mission

### 1.2 Potentiel

## 2. Éléments graphiques

# 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### Quel est le sens de l'emblème du Scoutisme mondial ?

L'emblème du Scoutisme mondial est le symbole distinctif de notre Mouvement et il est porté par les Scouts du monde entier. C'est l'un des symboles les plus connus de la planète.



L'emblème du Scoutisme mondial n'a pas changé.

C'est un symbole protégé et donc soumis à des restrictions de licence (voir Annexe | Protection de la marque). La version correcte de l'emblème du Scoutisme mondial est disponible auprès du Bureau Mondial du Scoutisme.



### Les "Non"



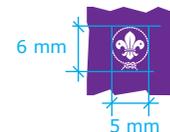
L'emblème du Scoutisme mondial ne peut être que blanc sur fond violet.



L'emblème du Scoutisme mondial ne peut être utilisé sans la corde.



Ne déformez jamais l'emblème du Scoutisme Mondial.



La taille minimum autorisée de l'emblème est de 6 mm de haut ou 5 mm de large.

## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme mondial

#### 2.2 Logo

#### 2.3 Cordes

#### 2.4 Caractères typographiques

#### 2.5 Couleurs

#### 2.6 Imagerie

## 2. Éléments graphiques

# 2.2 Logo

Le logo "SCOUTS" est formé de l'emblème, du nom de la marque "SCOUTS", du symbole de la marque enregistrée et d'une formule (notre idée). le nom "SCOUTS" a remplacé "Organisation Mondiale du Mouvement Scout" utilisée auparavant.

**Veillez noter** que ni le nom de la marque ni la formule ne peuvent être employés séparément.



### Formule

Les "M" de "Monde" et de "Meilleur" sont en lettres majuscules car "SCOUTS" est un titre et non une phrase.

### Utilisation légale

Voir Annexe | sur la "Protection de la Marque" pour toute information spécifique sur la protection de la marque et pour l'utilisation légale du logo "SCOUTS".

### Les "Non"



N'utilisez pas le nom de la marque ni la formule sans l'emblème du Scoutisme mondial.



Le logo ne doit jamais être utilisé pour une identification régionale.

## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

- Versions du logo
- Couleurs
- Taille
- Position dans le format
- Partenaire de la marque
- Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

### Traduction spéciale

La traduction dans des langues non-officielles est autorisée. Cependant, vous devrez en faire la demande au Bureau Mondial du Scoutisme, bureau central. Vous recevrez alors le logo et la traduction de la formule. En aucun cas le logo ne pourra être utilisé avec une traduction qui n'aura pas été préalablement approuvée par le Bureau Mondial du Scoutisme.

Il ne sera pas non plus possible de changer la formule sans qu'elle n'ait été expressément approuvée par le Bureau Mondial du Scoutisme. NB: Le mot 'Scouts' ne pourra en aucun cas être traduit.

## 2. Eléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

## 2. Eléments graphiques

# 2.2 Logo

### Versions du logo

La formule 'Créer un Monde Meilleur' est actuellement disponible dans les deux langues officielles de l'OMMS (anglais & français) et les trois autres langues de travail (arabe, espagnol et russe).

#### Exemples



ANGLAIS



RUSSE



FRANCAIS



ARABE



ESPAGNOL



SCOUTS

### Est-ce qu'une couleur peut définir une marque ?

De même que pour le logo, les caractères typographiques, le nom ou la formule, la couleur est importante pour la reconnaissance de la marque, et est un élément de l'image de marque à prendre en considération. En règle générale, la couleur peut faciliter le message que l'on veut faire passer sur la marque, aider à la mémoriser ou à s'associer à elle. Elle peut être utilisée pour évoquer une émotion et construire cette cohérence si importante avec les gens qui gravitent autour de votre marque.

Vous pouvez aussi utiliser la couleur pour différencier votre organisation de vos concurrents, pour engager et unir vos membres, vos partenaires et votre audience. Lorsque vous allez au-delà de l'utilisation traditionnelle de la couleur, vous pouvez faire sans effort d'énormes avancées pour atteindre vos buts.

## 2. Eléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

## 2. Eléments graphiques

# 2.2 Logo

### Couleurs

Le logo apparaît en blanc sur un fond violet.



Logo blanc sur fond violet.

Exceptionnellement, un violet sur fond blanc peut être employé. Une version du logo en blanc sur fond noir peut également être utilisée pour les réalisations qui ne sont pas en couleurs, par exemple pour les annonces dans les journaux.



Logo violet sur fond blanc.



Logo blanc sur fond noir.



Note:  
Dans le cas où certaines méthodes de reproduction aux possibilités limitées seraient utilisées (telles que des photocopies) le logo apposé en positif pourra être noir.

### Les "Non"



Aucune couleur autre que le violet et le blanc ne pourra être utilisée en couleur de fond.



Aucune couleur autre que le violet et le blanc ne pourra être utilisée pour le logo. Ne faites pas de mélange de couleurs à l'intérieur du logo.

### Non



### Non



Parce que la MARQUE est déposée, veuillez :

Ne jamais remplacer l'emblème du Scoutisme mondial par l'emblème de votre Organisation scoutie nationale

Ne jamais remplacer le mot "Scouts" par un autre mot, même dans des traductions.

### Quand le logo est-il trop petit ?

La taille minimum prend en compte la lisibilité de la formule et la netteté de la Fleur-de-Lys.

## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

## 2. Éléments graphiques

# 2.2 Logo

### Taille

La taille minimum du logo est de 40 mm de large, formule comprise, ou de 20 mm de large sans formule.

Ci-après, vous trouverez des standards de taille optimum pour différents formats.

### Formats

### Largeur du logo

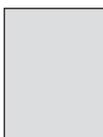
#### Formats DIN



A2 420 x 594 mm	100 mm
A3 297 x 420 mm	64 mm
A4 210 x 297 mm	64 mm
A5 148.5 x 210 mm	50 mm
A6 105 x 148.5 mm	40 mm



A2 594 x 420 mm	100 mm
A3 420 x 297 mm	64 mm
A4 297 x 210 mm	64 mm
A5 210 x 148.5 mm	50 mm
A6 148.5 x 105 mm	40 mm



#### Formats US

Lettre 8.5 x 11 in. (216 x 279 mm)	64 mm
Tabloïd 11 x 17 in. (432 x 279 mm)	64 mm

### Taille minimum avec la formule



### Logo sans la formule



## 2. Éléments graphiques

# 2.2 Logo

### Position dans le format

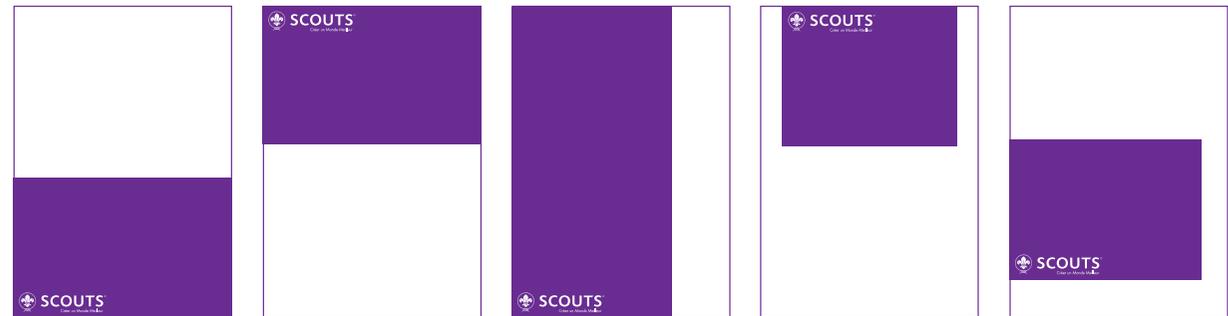
Position standard du logo : alignement à gauche, par rapport au coin bas ou haut de la partie violette, le plus près possible du bord de la page.

L'espace vide du logo est utilisé pour laisser un espacement par rapport au bord de la page ou de la partie violette. Par ailleurs, il faudra réserver une partie (d'au moins 8 mm) pour tenir compte de la reliure et d'un espace non imprimé nécessaire aux imprimeurs.

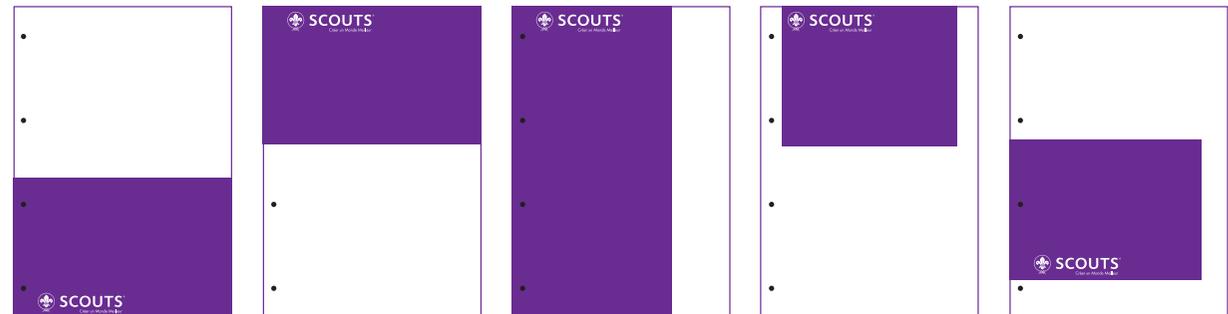
### Exemples

La partie blanche représente la portion réservée à la "flexibilité" de la mise en page, qui pourra être utilisée pour insérer des images, illustrations, couleurs ou autres éléments graphiques.

Référez-vous à la section 4, "Supports d'impression", pour plus d'informations sur la mise en page.



### Exemples avec "une partie sauvegardée" pour la reliure



## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

## 2. Éléments graphiques

# 2.2 Logo

### Partenaire de la marque

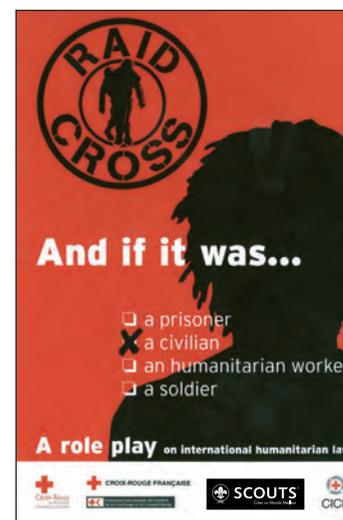
Dans toutes les situations de partenariats, le mot SCOUTS respectera les spécifications de co-branding de nos partenaires. En retour, nous attendons de nos partenaires qu'ils respectent nos spécifications pour l'utilisation correcte du logo "SCOUTS".

Le logo partenaire "SCOUTS" est positionné dans un rectangle violet aux proportions immuables.

Logo partenaire et espace vide minimum



### Exemples



Dans certains cas, un logo en positif (logo violet sur fond blanc) pourra être utilisé pour obtenir un contraste suffisant sur fond foncé.

### Les "Non"



N'utilisez pas le logo en positif.



N'utilisez pas le logo violet lorsqu'il y a peu de contraste.

La taille minimum est de 40 mm. (Voir 2.2 Logo | Taille)

Note:  
En raison des limites de certaines méthodes de reproduction (deux tons par exemple) la marque pourra apparaître en noir.

## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

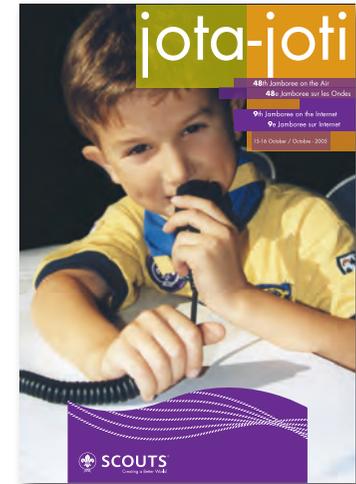
### 2.6 Imagerie

## 2. Eléments graphiques

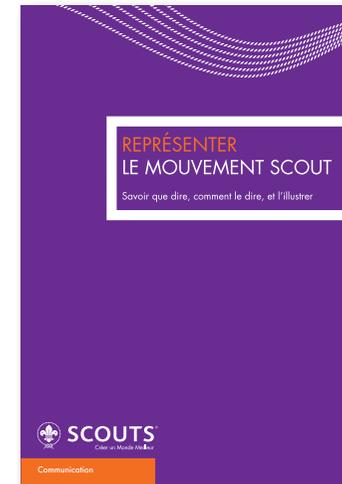
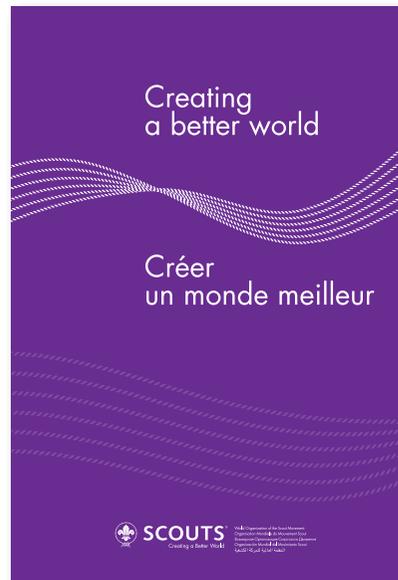
# 2.2 Logo

### Exemples d'application

Les objets portant la marque "SCOUTS" devront tous avoir quelque chose en commun dans leur aspect et ce qui s'en dégagera.



Événements internationaux,  
programmes et projets spéciaux, etc.



### 2. Eléments graphiques

#### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

#### 2.2 Logo

Versions du logo

Couleurs

Taille

Position dans le format

Partenaire de la marque

Exemples d'application

#### 2.3 Cordes

#### 2.4 Caractères typographiques

#### 2.5 Couleurs

#### 2.6 Imagerie

## 2. Éléments graphiques

# 2.3 Cordes

### Qu'entend-t-on par élément graphique secondaire ?

Un graphique additionnel pour communiquer la marque de manière résumée et avec un caractère de flexibilité, est mentionné ici sous le terme "élément secondaire".

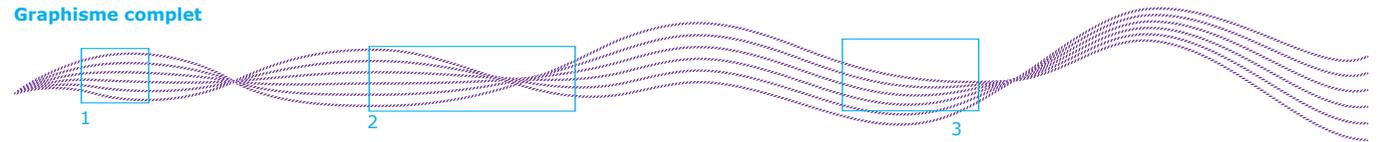
Notre élément secondaire, les cordes, montre bien la flexibilité dans la parenté symbolique du monde des SCOUTS. C'est une interprétation graphique du potentiel de notre marque : engagé, passionné, autonome. Il induit également l'idée de mouvement et est donc le "mouvement".

### Utilisation & Couleurs

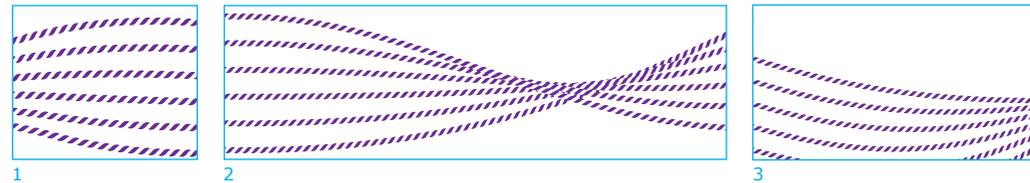
L'élément graphique des cordes devra être utilisé selon la même logique pour toutes les applications du mot "SCOUTS". L'utilisation de cet élément de flexibilité, bien que distinct, permettra aux graphistes de donner libre court à leur créativité tout en se conformant à certaines règles.

Quelle que soit l'application, le graphisme de la corde devra être reconnaissable tout en étant abstrait. Seulement une section de l'élément des cordes sera utilisée pour une application, comme indiqué ci-après.

#### Graphisme complet

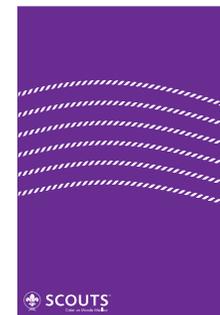


#### En détails



Il n'est pas autorisé de faire chevaucher les cordes ou de les recalibrer de manière disproportionnée (par ex. seulement verticalement ou horizontalement).

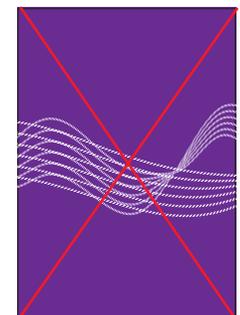
#### Exemples



#### Les "Non"



Ne jamais faire passer les cordes par dessus les visages.



## 2. Éléments graphiques

### 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

### 2.2 Logo

### 2.3 Cordes

### 2.4 Caractères typographiques

### 2.5 Couleurs

### 2.6 Imagerie

#### Quelles sont les caractéristiques de Futura ?

Futura reste moderne dans le temps; En 1928 cette police de caractères choquait, était synonyme de bon goût, radicale - aujourd'hui encore elle continue à être un choix typographique populaire pour exprimer la force, l'élégance et la clareté conceptuelle.

Ses longues ascendantes et descendantes permettent de bénéficier d'un interlignage important, ce qui donne une très bonne lisibilité. La gamme d'épaisseurs et de styles de caractères en fait une famille versatile.

#### Quelles sont les caractéristiques de Verdana ?

Verdana a été créée pour répondre spécifiquement aux défis posés par la diffusion sur écran. Elle montre de nouvelles caractéristiques dérivées des pixels plutôt que de la plume, du pinceau ou du burin.

Une autre raison pour que ces polices de caractères soient très lisibles sur l'écran est leur largeur et leur espacement.

Le nom "Verdana" vient d'un mélange du mot verdoyant (quelque chose de vert, comme dans la région de Seattle et de l'état d'Evergreen, Washington) et d'Ana (le nom de la fille aînée de Virginia).

## 2. Eléments graphiques

2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

2.2 Logo

2.3 Cordes

2.4 Caractères typographiques

2.5 Couleurs

2.6 Imagerie

## 2. Eléments graphiques

# 2.4 Caractères typographiques

### Futura

Cette police de caractères est utilisée pour reproduire le nom officiel de l'Organisation Mondiale du Mouvement Scout en anglais, français et espagnol. Lorsque le nom officiel apparaît en arabe ou en russe, la police change; nous demandons alors l'utilisation d'une police qui ait les mêmes caractéristiques de non-empatement. La famille de polices Futura est également utilisée dans les éléments graphiques et les entêtes du site web du Mouvement Scout.

#### Futura gras

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0,.-!?!@()...**

#### Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0,.-!?!@()...

#### Verdana gras

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0,.-!?!@()...**

#### Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0,.-!?!@()...

### Comment avoir le meilleur rendu de notre couleur ?

Pour avoir le meilleur rendu de notre couleur, assurez-vous qu'elle...

- 1 Ait toujours la même nuance et la même teinte
- 2 Soit visible de tous les membres de la communauté utilisant votre marque, à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation
- 3 Soit comprise et employée de manière appropriée par tout le personnel
- 4 Soit représentée sur tous matériels de communication et outils éducatifs
- 5 Soit différente des couleurs de vos concurrents
- 6 Puisse convenir dans toutes les parties du monde où vous souhaitez intervenir
- 7 Soit aussi utilisée pour d'autres applications que le logo
- 8 Soit accompagnée de procédures d'utilisation par les partenaires et affiliés

### Quelle est la signification de la couleur violette ?

La signification du violet est associée à la sagesse, la dignité, l'indépendance, la créativité, le mystère et la magie. Une étude révèle que 75 pourcent des pré-adolescents préfèrent le violet à d'autres couleurs.

Le violet combine la stabilité du bleu avec l'énergie du rouge. Le violet est associé à la royauté.

Il symbolise le pouvoir, la noblesse, le luxe et l'ambition.

## 2. Eléments graphiques

- 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial
- 2.2 Logo
- 2.3 Cordes
- 2.4 Caractères typographiques
- 2.5 Couleurs

Système de codage

- 2.6 Imagerie

## 2. Eléments graphiques

# 2.5 Couleurs

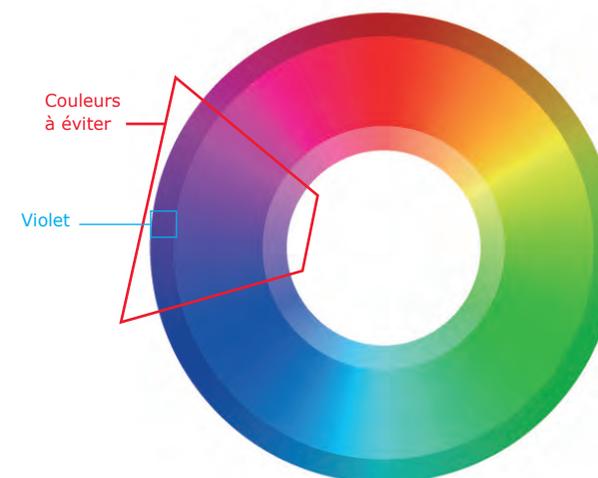
### Couleurs primaires

Les couleurs principales de communication pour les SCOUTS sont le violet et le blanc.

Toute couleur additionnelle peut être utilisée pour la communication des SCOUTS excepté les couleurs proches du violet utilisé pour le mot "SCOUTS" sur le spectre des couleurs. Il doit y avoir un contraste significatif entre le violet pour "SCOUTS" et les autres couleurs.

### Couleurs spectrales

Les couleurs les plus claires sont positionnées sur le bord interne du cercle, les plus sombres sur le bord externe du spectre.



### Caractéristiques des couleurs

	PANTONE® (couleur solide, une encre)	CMYK (quadrichromie)	RGB décimal (applications pour l'écran)	RGB hexadécimal (applications pour le web)	
	Violet	527 C / U / M	C79 M94 Y0 K0	R98 G37 B153	#622599
	Blanc	-	C0 M0 Y0 K0	R255 G255 B255	#FFFFFF

Les caractéristiques pour toutes méthodes de reproduction doivent être aussi proches que possible du Pantone. Une attention particulière sera apportée au moment de l'impression pour que la meilleure reproduction de la couleur violette soit obtenue, quelque soit le type de papier ou autre support, par ex. les textiles et oripeaux.

### Note par rapport au PANTONE 527 :

Le guide de formulation pour la couleur PANTONE est imprimé avec les mêmes références de couleur (ou formule) sur papier coté, non coté ou mat. Le suffixe indique le type de papier sur lequel la couleur est imprimée. "C" pour le papier coté, "U" pour le papier non coté et "M" pour le papier coté mat. Pour une couleur donnée, par ex. PANTONE 527 C vs. PANTONE 527 U vs. PANTONE 527 M, la formulation de l'encre est identique. La différence visuelle est causée par la réaction de l'encre sur le support.

## 2. Éléments graphiques

# 2.5 Couleurs

### Pourquoi y a-t-il un système de codage?

Il y a un système de codage pour structurer les publications des SCOUTS. Vous trouverez des informations additionnelles dans la section : "Supports d'impression".

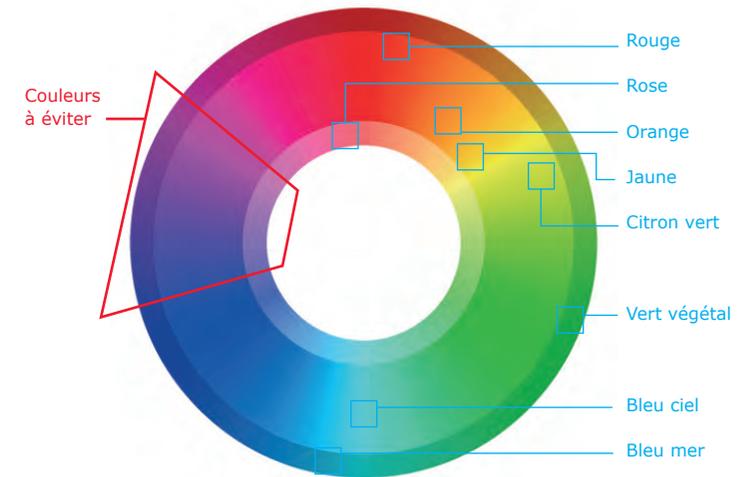
### Système de codage

Huit couleurs ont été retenues pour le système de codage. Ci-après, vous trouverez les spécifications de cinq d'entre elles :



### Couleurs spectrales

Les couleurs les plus claires sont positionnées sur le bord interne du cercle, les plus sombres sur le bord externe du spectre



Les couleurs restantes pourront être utilisées au fur et à mesure des besoins, pour d'autres applications. (\*)

**Demandez une autorisation pour utilisation**

### Spécifications des couleurs

	PANTONE® (couleur solide, une encre)	CMYK (quadrichromie)	RGB décimal (applications pour l'écran)	RGB hexadécimal (applications pour le web)
	Bleu mer 314	C100 M0 Y10 K30	R0 G84 B160	#0054A0
	Citron vert 398	C5 M0 Y100 K25	R170 G186 B10	#AABA0A
	Orange 152	C0 M70 Y100 K0	R221 G117 B0	#DD7500
	Rouge 1795	C0 M100 Y90 K0	R226 G61 B40	#E23D28
	Vert végétal 363	C80 M15 Y100 K5	R61 G142 B51	#3D8E33
	Bleu ciel* 7460	C100 M0 Y0 K5	R0 G165 B227	#3399FF
	Rose* 226	C0 M99 Y0 K0	R237 G13 B134	#FF3399
	Jaune* 7406	C0 M25 Y100 K0	R252 G209 B22	#FCD116
	Gris* 7544	C10 M1 Y0 K40	R158 G162 B167	#999999

## 2. Éléments graphiques

2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

2.2 Logo

2.3 Cordes

2.4 Caractères typographiques

2.5 Couleurs

Système de codage

2.6 Imagerie

### Teneur vs. Style

Deux critères sont à prendre en considération : la teneur et le style des images.

Pour les images des SCOUTS, l'accent doit être mis plutôt sur la teneur que sur le style.

#### Exemple



#### Teneur :

- Des jeunes
- Une grande tente
- Des activités artisanales

#### Style:

- Clarté, luminosité
- Coloré
- Petite profondeur de champ

## 2. Éléments graphiques

2.1 Emblème du Scoutisme Mondial

2.2 Logo

2.3 Cordes

2.4 Caractères typographiques

2.5 Couleurs

2.6 Imagerie

Personnages | L'héritage des SCOUTS

Style

Activités

Assemblages

## 2. Éléments graphiques

# 2.6 Imagerie

Notre but est d'améliorer la qualité du message communiqué par l'imagerie du Scoutisme. Le concept "image des SCOUTS" est facile à comprendre et permettra aux jeunes de réaliser leurs propres photos. Nous avons défini des règles simples pour la création d'images et leur utilisation au niveau international.

### Nous avons besoin d'équilibre et de diversité.

**Genre** : nous montrons des filles et des garçons, des femmes et des hommes.

**Age** : notre Mouvement est un mouvement de jeunesse, mais les activités inter-génération font partie de notre paysage.

**Cultures** : le mouvement est global, cela se voit.

**Activités** : le potentiel, l'énergie de nos jeunes sont clairs.

**Environnement** : que ce soit dans une salle de conférence ou sur le terrain, les SCOUTS sont actifs partout ; montrons-le !



### Notre attitude devra être perçue comme crédible et montrer un but.

Cela signifie : des jeunes en action sur le terrain, dans leur vie de tous les jours, pas seulement souriants mais participant à l'impact social du Scoutisme, en en étant le reflet.

## Nous défions toujours les stéréotypes.

## 2. Éléments graphiques

# 2.6 Imagerie

### Personnages

Il y a des personnages – en tant qu'individus ou comme groupe – sur cette image. Evitez les gros plans, par ex. juste des mains; ça n'est pas une représentation de ce qui caractérise les SCOUTS.

Groupe	Individu	Objets	
			
Personnages		Objets	

Deux Scouts, de culture différente, sont en train de rire tout en partageant une expérience musicale.  
Un Scout, seul, s'amuse à se lancer des défis.

Cette pierre n'a un sens que si quelqu'un est en train de lire l'inscription gravée dessus. Le bâtiment ne représente rien si il n'y a personne à l'intérieur. Montrez des personnages.

### L'héritage des SCOUTS

Cette image est identifiée comme image des SCOUTS. Les personnages sont scouts. Ils portent le foulard, le chapeau et l'uniforme.

Groupe	Individu	Groupe	Individu
			
Scouts		Non-Scouts	

Des mains de jeunes en train de faire le geste inlassable du Scoutisme.  
Un Scout heureux portant un chapeau unique dans sa région.

Aucune de ces images n'a à voir avec le Scoutisme. La poignée de mains, bien que symbolique, n'est pas un geste naturel. Le garçon ne montre pas beaucoup d'émotion et sa casquette de baseball n'est pas le seul symbole de sa culture.

### 2. Éléments graphiques

- 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial
- 2.2 Logo
- 2.3 Cordes
- 2.4 Caractères typographiques
- 2.5 Couleurs
- 2.6 Imagerie

Personnages | L'héritage des SCOUTS

Style

Activités

Assemblages

## 2. Éléments graphiques

# 2.6 Imagerie

### Style

Le style n'est pas essentiel dans l'imagerie des SCOUTS. La teneur est plus importante. Souvenez-vous que l'imagerie des SCOUTS doit être naturelle, sans pose ni mise en scène. Evitez des prises de vue avec des angles ou des perspectives inhabituels.

Groupe



Individu



Couleurs naturelles

Cadre naturel avec une dimension de vie en plein air.

Groupe



Individu



Couleurs ou décor artificiels.

L'attention de la personne qui regarde ces images aux couleurs artificielles, est détournée de la teneur de l'image. En supprimant le décor de fond, on perd le contexte de la photo et le motif du sujet n'est pas clair.

Groupe



Individu



Réel

Des images qui donnent l'impression d'être authentiques et n'ont pas l'air artificiel, renforcent le message des SCOUTS en faisant partager un vrai moment de leur monde. Les Scouts sont des gens réels qui se trouvent dans des situations réelles.

Groupe



Individu



Pose ou mise en scène

Des images posées, qui semblent orchestrées et forcées, ne racontent pas une bonne histoire et n'inspirent pas notre audience.

### 2. Éléments graphiques

- 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial
- 2.2 Logo
- 2.3 Cordes
- 2.4 Caractères typographiques
- 2.5 Couleurs
- 2.6 Imagerie

Personnages | L'héritage des SCOUTS

Style

Activités

Assemblages

## 2. Éléments graphiques

# 2.6 Imagerie

### Activités

Toute l'imagerie reflète le message du potentiel de la marque : passionné, engagé et autonome.

<p>Groupe</p>  <p>Passionné</p>	<p>Individu</p> 	<p>Groupe</p> 	<p>Individu</p>  <p>Ennuyeux</p>
<p>Le mouvement est visible dans ces images. Elles sont dynamiques et représentent des sujets en action.</p>		<p>Ces Scouts semblent s'ennuyer et être fatigués. Ils ne sont pas passionnants.</p>	
<p>Groupe</p>  <p>Engagé</p>	<p>Individu</p> 	<p>Groupe</p> 	<p>Individu</p>  <p>Passif</p>
<p>Ces Scouts travaillant ensemble sont totalement engagés dans leurs activités.</p>		<p>Les Scouts montrés ici sont figés et passifs. Ces images ne reflètent tout simplement pas le potentiel du Scoutisme.</p>	
<p>Groupe</p>  <p>Autonome</p>	<p>Individu</p> 	<p>Groupe</p> 	<p>Individu</p>  <p>Contrôlé</p>
<p>Ces divers groupes de Scouts sont fiers de travailler avec un partenaire respecté : la Croix-Rouge. Parler en public demande du courage.</p>		<p>Une formation militaire, contrôlée et stricte, ne renvoie pas le message de fortes individualités. Une position de responsable ne doit pas être agressive.</p>	

### 2. Éléments graphiques

- 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial
- 2.2 Logo
- 2.3 Cordes
- 2.4 Caractères typographiques
- 2.5 Couleurs
- 2.6 Imagerie

Personnages | L'héritage des SCOUTS  
Style

Activités

Assemblages

## 2. Éléments graphiques

# 2.6 Imagerie

### Diversité dans les assemblages

Les images, lorsque assemblées, doivent refléter la diversité des cultures, le genre et l'âge.



Multi-culturel

L'Organisation Mondiale du Mouvement Scout montre des Scouts du monde entier.



Mono-culturel

Assemblées, ces images ne montrent qu'une seule culture.



Multi-génération

Jeunes et vieux sont engagés et travaillent ensemble.



Une seule tranche d'âge

Ces Scouts ont tous le même âge. Ils sont inactifs ou posent pour la photo.



Filles et garçons, femmes et hommes

Filles et garçons travaillent ensemble, de manière constructive.



Un seul genre

Il n'y a que des garçons parmi ces Scouts; ils ont le même âge et à l'évidence, ne participent pas à une activité constructive.

### 2. Éléments graphiques

- 2.1 Emblème du Scoutisme Mondial
- 2.2 Logo
- 2.3 Cordes
- 2.4 Caractères typographiques
- 2.5 Couleurs
- 2.6 Imagerie

Personnages | L'héritage des SCOUTS  
Style  
Activités  
Assemblages

### 3. Fournitures

# 3.1 Vue d'ensemble

## Principes

La composition graphique des fournitures de bureau, est pré-imprimée en violet. Des modèles de mise en page, dont le contenu est en noir, sont fournis sous forme électronique pour être téléchargés. Ce design s'applique exclusivement sur les fournitures des organes de l'OMMS.

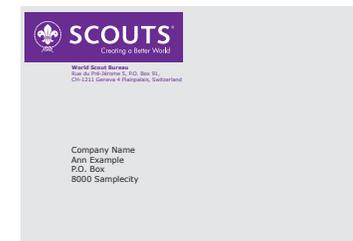
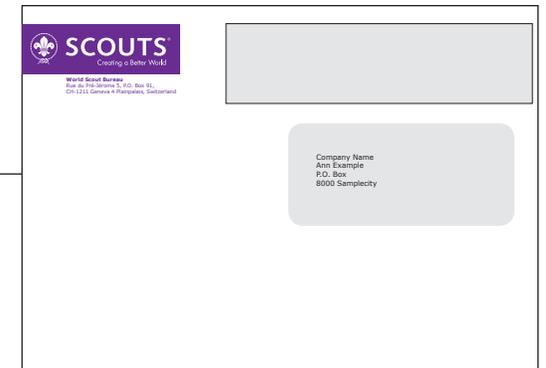


Papier à entête



Carte de visite (recto/verso)

## Enveloppe à fenêtre



Enveloppe vierge avec étiquette

## 4. Supports d'impression

# 4.1 Principe du violet

### Éléments de base

Pour le classement par catégories et la structuration des supports d'impression, un principe a été défini, basé sur l'utilisation d'une partie violette dont le but est de garder une part d'individualité et de créativité. Il y a trois niveaux de communication de la marque :

### Maximum : marquer "SCOUTS"

Stratégie, Programme des Jeunes, Ressources Adultes, Gouvernance, Communication, Management, Politiques, Périodiques et circulaires, etc..

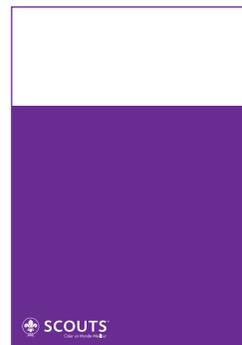
### Intermédiaire : marquer les projets

Événements internationaux, programmes et projets spécifiques, etc.

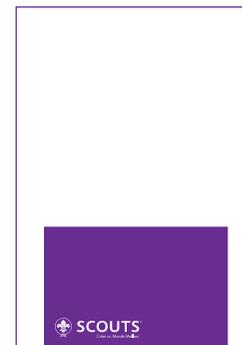
### Bas : marquer les partenariats

Partenariat dans la publicité, associations partenaires, publications des OSN, etc.

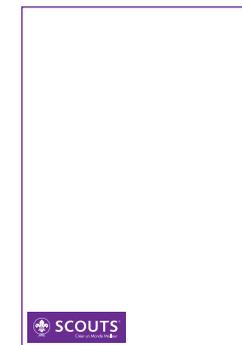
### Exemples



Marquer "SCOUTS"



Marquer les projets



Marquer les partenariats

La partie blanche représente une zone de "flexibilité" pour la mise en page, qui peut être utilisée pour des images, illustrations, couleurs ou autres éléments graphiques.

## 4. Supports d'impression

### 4.1 Principe du violet

Catégorisation

Partenaire et marque scout

### 4.2 Applications

## 4. Supports d'impression

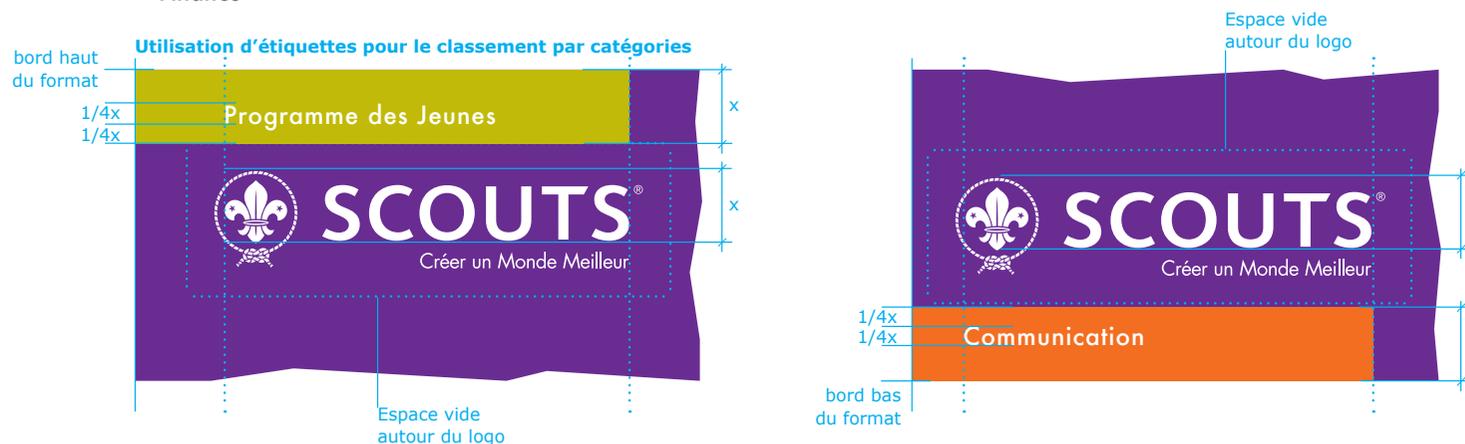
# 4.1 Principe du violet

### Catégorisation de la marque "SCOUTS" applications

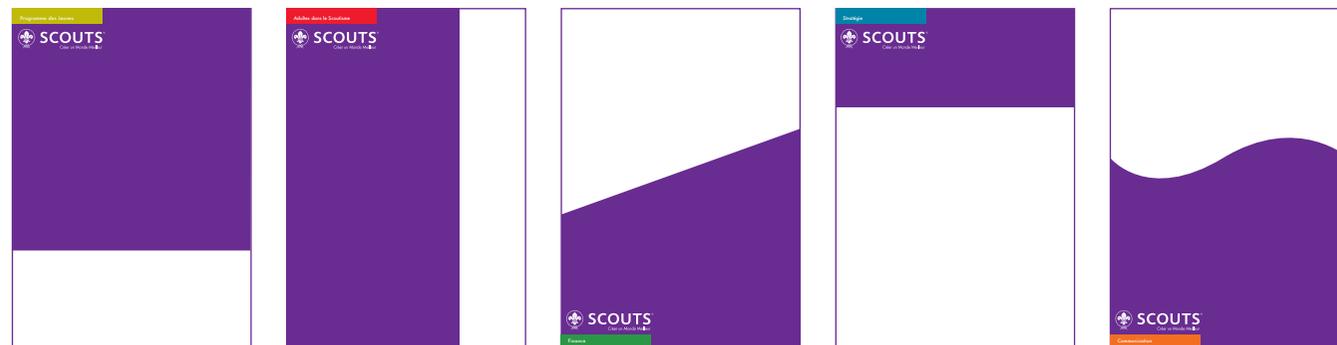
Pour plus de clarté, nous utilisons un système de classement par catégories comme support d'impression. Il y a cinq thèmes pour structurer les supports d'impression :

- Stratégie
- Programme des Jeunes
- Adultes dans le Scoutisme
- Communication
- Finance

Des couleurs additionnelles sont utilisées pour différencier visuellement ces catégories. Voir section 2. "Couleurs" sous "Eléments graphiques".



### Exemples



## 4. Supports d'impression

### 4.1 Principe du violet

#### Catégorisation

#### Partenaire et marque scout

### 4.2 Applications

## 4. Supports d'impression

# 4.1 Principe du violet

### Principe minimum

Le principe de mise en page :  
Le logo partenaire peut être placé n'importe où sur la couverture d'une application. Veuillez à toujours utiliser l'espace vide, comme spécifié sous le point 2. Eléments graphiques | Logo.

Si vous avez une publication imprimée en quatre couleurs, utilisez toujours le logo violet.

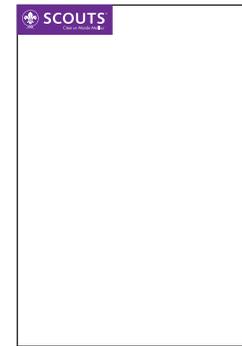
**L'adaptation à votre propre langue peut se faire, après avoir consulté le BMS au préalable.**

La partie blanche représente une zone de "flexibilité" pour la mise en page, qui peut être utilisée pour des images, illustrations, couleurs ou autres éléments graphiques.

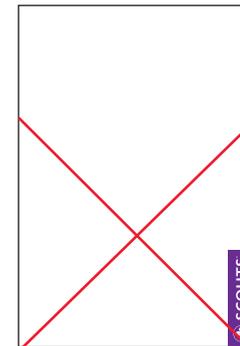
### Partenaire et marque scoute

Les SCOUTS sont représentés de manière consistante et systématique en utilisant le logo partenaire.

#### Principe minimum



#### Les "non"

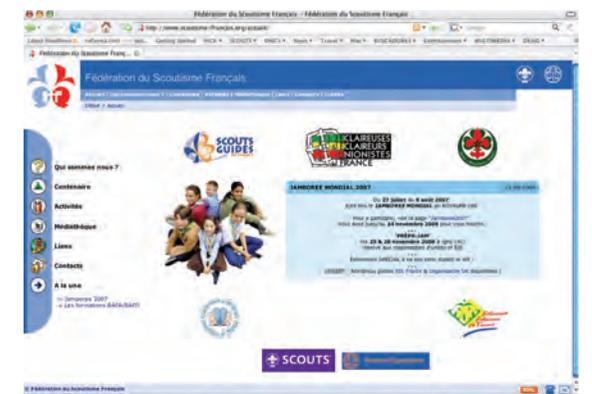


Ne changez jamais l'orientation du logo.



Téléchargez le lien officiel de notre Centre Médias à : [www.scout.org/media](http://www.scout.org/media)

En raison des limites de certaines méthodes de reproduction (deux tons par exemple) la marque pourra apparaître en noir.



## 4. Supports d'impression

### 4.1 Principe du violet

Catégorisation

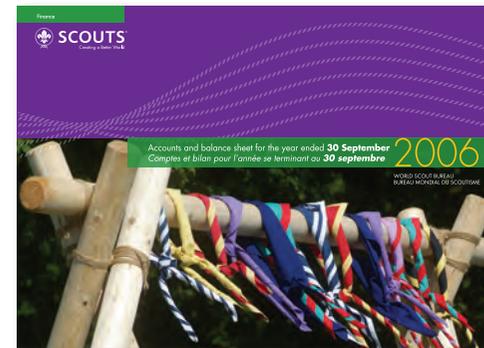
Partenaire et marque scoute

### 4.2 Applications

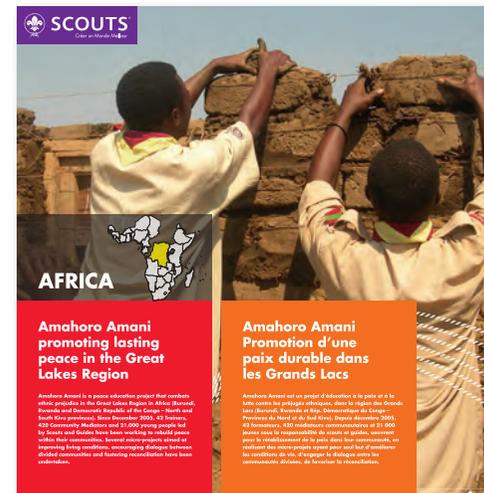
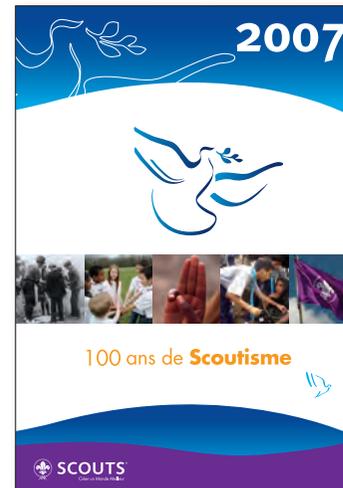
## 4. Supports d'impression

# 4.2 Applications

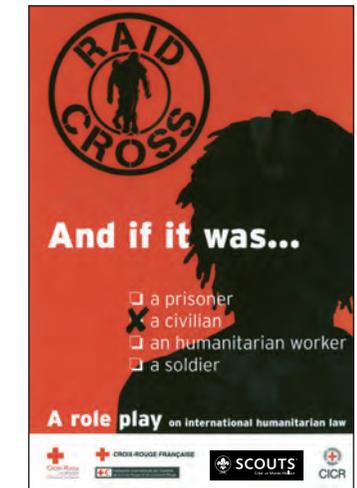
### Marquer "SCOUTS"



### Marquer les projets



### Marquer les partenariats



## 4. Supports d'impression

### 4.1 Principe du violet

Catégorisation

Partenaire et marque scout

### 4.2 Applications

# A.1 Protection de la marque

## Que signifie le symbole ® ?

Une marque déposée confère au détenteur de l'enregistrement un ensemble de droits exclusifs, dont celui d'utiliser la marque pour des produits ou services pour lesquels elle a été enregistrée. La loi, dans la plupart des juridictions, permet également au propriétaire de la marque déposée de se prémunir contre l'utilisation non-autorisée de la marque pour des produits ou services similaires à ceux "enregistrés", et dans certains cas, de prévenir son utilisation pour des produits ou services complètement différents.

## "Nous sommes les pirates de notre propre marque"

Ce logo de marque est la signature du Scoutisme Mondial. Il est constitué de l'emblème du Scoutisme mondial (la fleur de lys), du mot "SCOUTS" (notre nom est notre notoriété), et de la vision "Créer un monde meilleur" (notre grande idée). Ce logo de marque est une marque déposée protégée internationalement. Mal l'utiliser constitue un acte de piratage. Les conditions d'utilisation et de commercialisation de cette marque sont régies par la circulaire n° 5/07 et ses annexes "La marque du Scoutisme Mondial et ses marques déposées". Chaque membre du Mouvement doit se sentir responsable et aider à conserver son intégrité. Pour plus d'informations, courriel : [brand@scout.org](mailto:brand@scout.org)



## A. Annexe

### A.1 Protection de la marque

A.2 L'adaptation de la marque est facultative mais possible.

## A. Annexe

# A.2 Adaptation de la marque au niveau national

### Signe de reconnaissance et d'appartenance

L'OMMS encourage l'adoption de la marque par les organisations scouts nationales qui souhaitent l'utiliser afin d'augmenter sa visibilité, ainsi qu'aux membres de ces organisations nationales afin qu'ils puissent montrer leur appartenance à un grand mouvement de jeunesse international qu'est le Scoutisme Mondial.

### Conditions

Cette adaptation doit suivre les règles édictées dans ce présent manuel et fait l'objet d'un contrat entre le Bureau Mondial du Scoutisme et l'organisation désireuse d'adapter les éléments graphiques de la marque à une version nationale. Les conditions d'adaptation sont en outre régies par la circulaire n° 5/07 et ses annexes "La marque du Scoutisme Mondial et ses marques déposées, conditions d'utilisation et de commercialisation".

### Déclinaisons possibles

1. Une première déclinaison concerne l'adaptation du logo de marque par la traduction de la formule "Créer un monde meilleur" dans la langue nationale selon les conditions proposées dans la section 2.2 page 6.
2. Une deuxième déclinaison peut s'effectuer en suivant les règles de co-marquage déjà présentées dans la section 2.2 page 10.
3. Une troisième déclinaison concerne l'insertion du nom du pays dans le logo de marque tel que présenté avec l'exemple Sud-Africain.



### A. Annexe

A.1 Protection de la marque

A.2 L'adaptation de la marque est facultative mais possible.



**SCOUTS**<sup>®</sup>  
Créer un Monde Meilleur

© Bureau Mondial du Scoutisme  
Communication & Médias  
Septembre 2007

Bureau Mondial du Scoutisme  
Rue du Pré-Jérôme 5  
Case postale 91  
CH-1211 Genève 4 Plainpalais  
Suisse

Tél.: (+41 22) 705 10 10  
Fax: (+41 22) 705 10 20

[worldbureau@scout.org](mailto:worldbureau@scout.org)  
[www.scout.org](http://www.scout.org)