



L'image de marque de l'IUCN

Utilisation de l'image de marque, du logo et de l'identité visuelle : Pour le personnel

Version 1 – mai 2011



TABLE DES MATIERES

1. Introduction
 - a. Obtenir de l'aide
2. Notre image de marque
 - a. L'image de marque de l'UICN
 - b. Notre proposition de valeur
 - c. Parler de l'UICN
3. Notre logo et notre nom
 - a. Notre logo
 - b. Notre nom
 - c. Qui peut utiliser le logo et comment
 - d. Règles relatives au logo
4. Notre identité visuelle
 - a. Pourquoi avons-nous besoin de directives pour l'identité visuelle ?
 - b. Les directives de l'identité visuelle de l'UICN
 - i. Les deux éléments
 - ii. Un guide simple
 - c. Les règles de base
 - i. Position du logo, échelle du logo, utilisation du logo et de notre nom
 - ii. Couleurs, palette de couleurs
 - iii. Typographie
 - iv. Images
 - d. Comment mettre tout cela ensemble
 - e. Quelques exemples
5. Utilisation de l'image de marque : vérification

1 Introduction

L'image de marque d'une organisation, c'est tout simplement la perception que les autres en ont. Celle de l'UICN est constituée de multiples éléments tangibles et intangibles, rassemblés au cours de son histoire, longue de plus de 60 ans. Ils incluent notre vision, notre mission et notre nom ; notre culture, nos valeurs, notre diversité et notre personnalité ; ce que nous faisons et pourquoi nous le faisons ; notre Programme, nos institutions et les personnes ; enfin, ce qui nous différencie des autres organisations.

Une organisation ayant une « bonne image de marque » c'est celle qui sait gérer de manière proactive la perception que les autres en ont pour mieux accomplir sa mission.

Pour l'UICN, une image de marque forte et cohérente nous permet :

- de nous imposer dans l'environnement politique et médiatique encombré, et auprès des donateurs
- d'accroître notre visibilité et l'efficacité de notre communication au monde

- de nous faire connaître et d'influer sur les décideurs
- d'augmenter le nombre de nos Membres, de trouver des financements et d'accomplir notre Programme
- d'attirer un bon personnel

Une image de marque est bien plus qu'un logo. Mais notre logo et l'identité visuelle qui l'accompagne sont aussi importants que les mots que nous utilisons pour communiquer aux autres notre image de façon claire et cohérente. Ces « atours » visuels, consciemment ou inconsciemment, renforcent l'image de l'UICN auprès de tous nos publics.

Les présentes règles et lignes directrices forment une série de directives qui doivent être appliquées pour que nous parlions d'une seule voix et que nous projetions la marque UICN de manière claire et cohérente.

1a Obtenir de l'aide

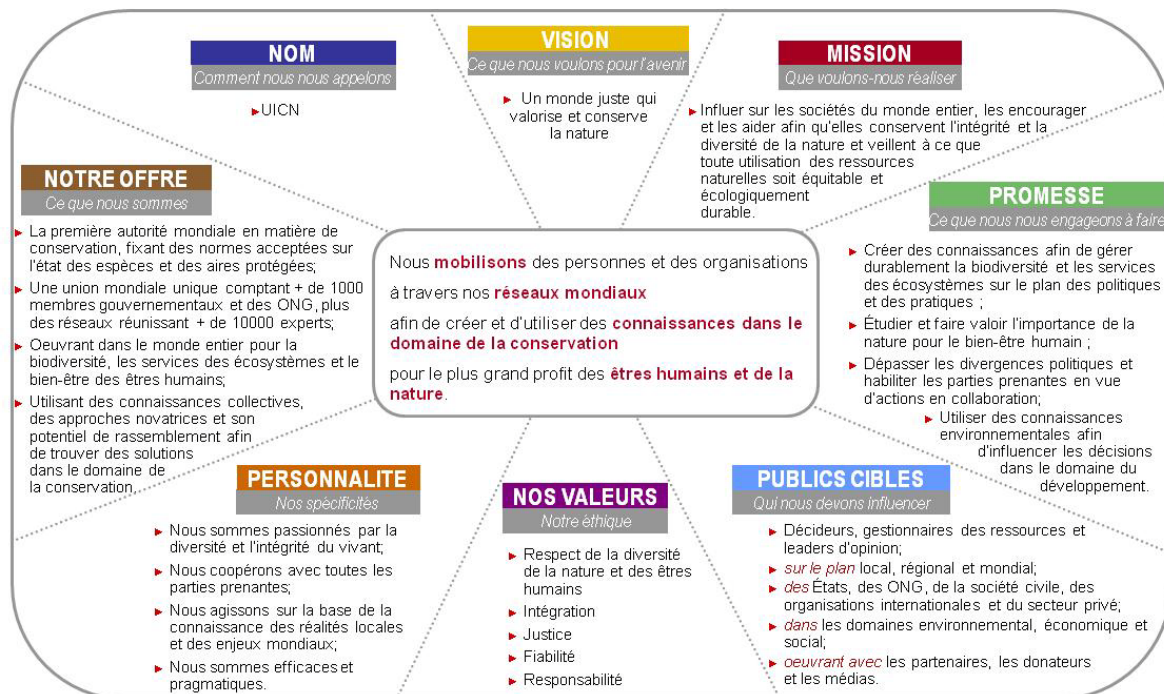
Avez-vous des questions sur l'utilisation de notre logo, de notre nom ou de l'identité visuelle?

- Contactez votre responsable local de la communication
- Envoyez un courriel à logo@iucn.org
- Pour les questions urgentes, téléphonez à l'Unité chargée de la Communication Mondiale : +41 22 999 0233

2 Notre image de marque

2a L'image de marque de l'UICN

Notre image s'est construite au cours de six décennies et peut se traduire comme suit.



2b Notre proposition de valeur

La manière dont nous utilisons notre image de marque pour encourager et convaincre les gens de nous soutenir est notre proposition de valeur :

- L'UICN apporte des connaissances crédibles et fiables
- L'UICN suscite et forme des partenariats pour l'action
- L'UICN est active du niveau mondial au local et du niveau local au mondial
- L'UICN influe sur les standards et les pratiques

Les quatre éléments de notre proposition de valeur nous distinguent des autres organisations de la conservation. Elle est mise en évidence dans le Programme de l'UICN et il nous faut la faire connaître dans toutes nos communications.

2c Parler de l'UICN

Qui sommes-nous ?

L'UICN est la plus ancienne et la plus grande organisation mondiale de l'environnement. Elle compte plus de 1 000 membres, gouvernements et ONG, et près de 11 000 experts bénévoles dans quelque 160 pays. Pour mener à bien ses activités, l'UICN dispose d'un personnel composé de plus de 1 000 employés répartis dans 60 bureaux et bénéficie du soutien de centaines de partenaires dans les secteurs public, privé et ONG, dans le monde entier.

Que faisons-nous ?

L'UICN aide à trouver des solutions pratiques aux problèmes de l'environnement et du développement les plus pressants de l'heure. Nous apportons notre soutien à la recherche scientifique, nous gérons des projets de terrain partout dans le monde, et nous faisons se rencontrer des gouvernements, des ONG, les Nations Unies, des conventions internationales et des sociétés privées pour développer avec eux des politiques, des législations et les meilleures pratiques.

3 Notre logo et notre nom

3a Notre logo



Notre logo est l'élément le plus important de notre identité visuelle. Il représente :

- notre **image de marque** et notre **proposition de valeur**
- la **crédibilité**, la **confiance** et la **bonne volonté** que nous avons su établir en 60 ans d'activité

Le logo est une image simple et marquante qui symbolise notre planète, notre Union et l'espoir dans l'avenir.

Un logo doit être utilisé de manière constante afin de construire et de soutenir, sur le long terme, notre identité et notre image de marque.

Les règles précisant qui peut utiliser le logo et comment, suivent l'esprit des Statuts, du Règlement et des Résolutions de l'UICN ou sont autorisées par eux.

Le droit d'utiliser le logo ne s'applique que :

- aux membres du Conseil
- aux Membres de l'UICN
- aux Comités nationaux et régionaux
- aux Présidents des Commissions
- aux membres du personnel du Secrétariat de l'UICN

3b Notre nom

Notre nom

Dans l'usage courant, notre nom est « UICN » et, en accord avec les dispositions ci-dessous, il devrait être utilisé pour tout matériel de communication.

Précisions sur notre nom

Si vous souhaitez développer l'acronyme, vous avez deux possibilités :

- UICN (Union internationale pour la conservation de la nature) – pour les titres ou dans le texte
- UICN, Union internationale pour la conservation de la nature – dans le texte

Normalement, vous n'avez besoin d'utiliser le nom entier que la première fois qu'il est mentionné dans un texte ou un document, ou dans une section ou un chapitre d'un document plus long. Ensuite, vous pouvez utiliser « UICN ». Il en va de même pour tous les documents ou texte dans toutes les langues : anglais, français, espagnol et autres.

Notre nom légal

Notre nom légal entier, tel qu'il a été enregistré en Suisse, est *UICN, Union internationale pour la conservation de la nature et de ses ressources (IUCN, International Union for Conservation of Nature and Natural Resources)*. Il peut être utilisé en français ou dans sa traduction anglaise dans tous les documents de nature légale, ou qui pourrait avoir une implication légale. Il n'est en général pas utilisé pour la communication à l'extérieur ou à l'intérieur.

Ne pas utiliser :

- Union internationale pour la conservation de la nature (sans « UICN »)
- UICN – Union internationale pour la conservation de la nature (reliés par un trait d'union)
- Union mondiale pour la nature
- UICN – Union mondiale pour la nature

Traduction du nom de l'UICN dans les langues non officielles de l'UICN

Le nom de l'UICN existe dans les trois langues officielles – anglais, français et espagnol. Dans le cas où vous auriez besoin du nom dans une autre langue, veuillez contacter l'Unité chargée de la communication mondiale (logo@iucn.org) pour obtenir des informations sur les autres traductions officielles disponibles.

S'il n'existe pas de traduction adoptée officiellement dans la langue en question, nous sommes prêts à accepter vos suggestions accompagnées d'explications claires sur le choix des mots. Après approbation écrite par l'Unité chargée de la communication mondiale, la proposition pourra être utilisée. Toutes les traductions adoptées à ce jour se trouvent sur le Knowledge Network.

3c Qui peut utiliser le logo et comment

Le logo de l'UICN peut être utilisé de deux façons : pour représenter l'UICN ou pour montrer que vous lui êtes associé. Dans tous les cas, il convient d'utiliser le bon logo et d'en suivre les règles d'utilisation.

Représentation de l'UICN

Seuls le Directeur général et les membres du Secrétariat régulièrement employés sont habilités à représenter l'UICN en utilisant son logo. Ceci s'applique à tout type de matériel, imprimé ou numérique. Toutes les règles de l'UICN relatives au logo ou à l'identité visuelle doivent être suivies.



Les Commissions de l'UICN peuvent utiliser le logo de l'UICN avec celui de leur Commission. Pour plus d'information, veuillez vous référer au document intitulé « Règles d'utilisation du logo et de l'identité visuelle pour les Commissions de l'UICN » sur le Knowledge Network.



L'association avec UICN

Les Membres de l'UICN, les comités nationaux et régionaux, les Conseillers et les partenaires peuvent témoigner de leur association avec l'UICN en utilisant une version spécifique du logo. Dans ce cas il leur faut utiliser le logo spécifique officiel et suivre les règles décrites dans la section 3d.

Les Membres

Vous êtes une organisation membre (en règle) de l'UICN. Vous pouvez utiliser le logo de cette manière sur tous les matériels. Vous n'êtes pas habilité à publier des prises de position au nom de l'UICN.



Les Comités nationaux

Vous êtes membre d'un Comité national de Membres de l'UICN (reconnu par le Conseil de l'UICN). Vous pouvez utiliser le logo de cette manière sur tous les matériels. Vous n'êtes pas habilité à publier des prises de position au nom de l'UICN.



Les Comités régionaux et sous-régionaux

Vous êtes membre d'un Comité régional ou sous-régional de membres de l'UICN (reconnu par le Conseil de l'UICN). Vous pouvez utiliser le logo de cette manière sur tous les matériels. Vous n'êtes pas habilité à publier des prises de position au nom de l'UICN.



Les membres du Conseil

Vous êtes actuellement membre du Conseil de l'UICN. Vous pouvez utiliser le logo de cette manière sur tous les matériels. Vous n'êtes pas habilité à publier des prises de position au nom de l'UICN.

Les partenaires

Vous êtes une organisation partenaire avec un contrat de partenariat, un accord de donateur ou un mémorandum d'accord dûment signé avec le Secrétariat de l'UICN, ou bien vous travaillez avec l'UICN à une publication, un programme ou un projet. Vous pouvez utiliser ou le logo de l'UICN ou la version partenaire de cette manière sur tous les matériels. Vous devez obtenir l'accord du Secrétariat de l'UICN avant publication. Veuillez contacter logo@iucn.org.



3d Règles relatives au logo

Les règles d'utilisation du logo qui suivent ont été adoptées afin d'en maximiser l'impact et d'en assurer une application correcte.

Dimensions et résolution



Des dimensions standard ont été adoptées pour le logo en fonction de son utilisation : brochures, en-tête de lettres, cartes de visite, présentations PowerPoint. Des modèles se trouvent sur le Knowledge Network. Pour le matériel imprimé ne pas utiliser un logo inférieur à 7 mm.

En fonction des applications (web, publication imprimée, document Word), des résolutions spécifiques peuvent être nécessaires. Le logo dans diverses résolutions se trouve sur le Knowledge Network.

Couleurs



Voici la version du logo de l'UICN qui, dans la mesure du possible, devrait être utilisée de préférence.

Le logo est constitué de quatre couleurs : trois bleus et noir. Il existe seulement sous forme numérique. Il n'y a pas de référence en Pantone pour le logo de l'UICN puisque les bleus sont mélangés pour obtenir l'effet final.



Dans les cas où il n'est pas possible d'utiliser un logo en couleur, il est possible d'utiliser un logo unicolore (noir et blanc). Faites usage de la version numérique existante.



Sur fonds sombres, c'est la version blanche du logo qu'il faut utiliser. Utilisez la version numérique existante. Notez qu'il n'y a pas de dégradé dans cette version blanche du logo (il est uni).

Le fond



De préférence, le logo de l'UICN doit apparaître sur un fond blanc.



Le logo peut être placé sur un fond clair uni dans la mesure où celui-ci ne lui fait pas concurrence.

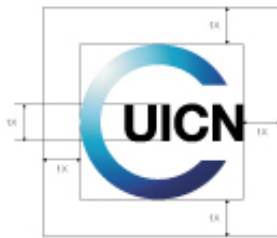


La version blanche du logo peut être utilisée sur un fond sombre dans la mesure où celui-ci ne lui fait pas concurrence. Le logo de l'UICN doit toujours être clairement visible.



Le fond ne doit jamais faire concurrence au logo de l'UICN qui doit toujours être clairement visible. Si le fond est encombré ou compliqué, la version en couleur du logo doit être placée dans un carré blanc ou de couleur claire et tenir compte de la zone de sécurité (voir ci-après).

Zone de sécurité



Le logo de l'UICN a besoin d'une zone de sécurité pour que son impact visuel soit fort.

Quelle que soit la taille du logo utilisée, la zone de sécurité doit être équivalente à la hauteur du "N". Si possible, laissez un espace plus grand.

La zone de sécurité doit être conservée quand le logo de l'UICN est utilisé seul ou avec d'autres.

Position du logo

Lorsque vous utilisez le logo de l'UICN avec d'autres logos, placez-le toujours à l'extrémité gauche de la rangée de logos. Ne laissez pas les logos voisins empiéter sur la zone de sécurité.

Langues

Pour répondre à nos besoins linguistiques il existe deux versions du logo. Ils ne doivent jamais être placés à proximité sur le même document.



pour l'anglais



pour le français et l'espagnol

Pour toutes les autres langues choisissez le logo IUCN ou UICN le plus approprié.

Utilisations incorrectes du logo

- Ne modifiez pas les couleurs du logo
- Ne séparez pas les deux éléments du logo : le « C » et les lettres
- Ne redessinez pas le « C » du logo dans une autre couleur ou ne le remplissez pas avec une image ou des dessins
- Ne modifiez pas l'épaisseur ou les dimensions du « C »
- Ne modifiez pas les caractères ou leurs dimensions
- N'utilisez pas les deux éléments du logo sur d'autres logos ou dessins qui apparaîtraient à côté du logo de l'UICN
- Ne laissez pas d'autres logos faire de l'ombre au logo de l'UICN ; les dimensions doivent être les mêmes
- N'utilisez aucune des versions antérieures du nom et du logo de l'UICN



- N'utilisez pas le logo de l'UICN combiné avec le nom entier



4 Notre identité visuelle

4a Pourquoi avons-nous besoin de directives pour l'identité visuelle ?

Ces directives de l'identité visuelle donnent les règles de base à suivre lors de la production de matériel UICN afin que l'image de marque que nous projetons soit correcte.

Notre identité visuelle :

- donne une représentation de nous-mêmes qui traduit notre image de marque et notre proposition de valeur
- nous différencie et montre que nous sommes unique
- améliore notre identification auprès de nos publics cibles
- apporte la cohérence à notre communication

4b Les directives de l'identité visuelle de l'UICN


Deux éléments des règles graphiques doivent être pris en considération lors de la production de matériel pour l'UICN. L'un porte sur le logo (voir la section 3d) et l'autre sur l'identité visuelle. Les deux doivent être pris en compte pour être sûr que l'image de l'UICN est immédiatement reconnaissable.

Les deux éléments

1. Les règles sur le logo
 - s'adressent à toutes personnes habilitées à utiliser le logo
 - dans tous les cas – sans exceptions
 - elles s'appuient sur les Statuts et le Règlement
2. L'identité visuelle
 - concerne le Secrétariat et les Commissions
 - s'applique à tout matériel portant la marque UICN
 - s'appuie sur l'image de l'UICN, la proposition de valeur et les politiques opérationnelles du Secrétariat

Un guide simple

Le guide ci-après précise quels matériels exigent l'utilisation des seules règles sur le logo et lesquels exigent à la fois l'utilisation des règles relatives au logo et celle des directives de l'identité visuelle.

<p>Image de l’UICN Utilisez l’identité visuelle</p>	
<p>Produits UICN ayant leur propre identité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • UICN seule, ou initiatives avec partenaires multiples ayant leur propre marque • exemples: Liste rouge, Conservation Commons, WCLN, PALnet, etc. • appliquez les règles du logo UICN et les directives de ces marques particulières
<p>Produits et projets UICN et partenaires multiples</p>	<ul style="list-style-type: none"> • essayez toujours de négocier l’utilisation de l’identité visuelle de l’UICN • suivez les règles de l’identité visuelle pour les autres logos • si ce n’est pas possible, adoptez une apparence complètement différente mais suivez les règles d’utilisation du logo de l’UICN
<p>Produits UICN avec partenaires de plein droit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • essayez toujours de négocier l’utilisation de l’identité visuelle de l’UICN • si ce n’est pas possible, contactez l’Unité chargée de la communication mondiale à logo@iucn.org pour obtenir l’autorisation d’utiliser les directives de l’Identité visuelle du partenaire • si ni l’une ni l’autre ne sont possibles, adoptez une configuration complètement différente mais suivez les règles d’utilisation du logo de l’UICN
<p>Publications non UICN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • appliquez les règles d’utilisation du logo de l’UICN • n’utilisez pas l’identité visuelle de l’UICN

4c Les règles de base

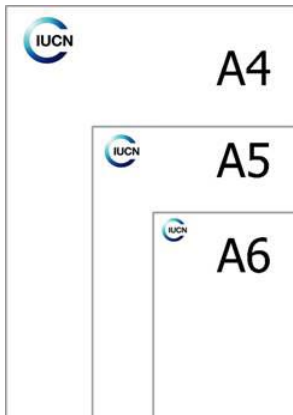
Pour les matériels devant respecter les directives de l’identité visuelle de l’UICN (en accord avec le guide ci-dessus), quelques règles de base s’imposent. Elles viennent s’ajouter aux règles sur le logo présentées à la section 3d.

Position du logo



Le logo doit toujours être placé en haut, à gauche de la page. Généralement la distance entre le bord du papier, à gauche, et le logo doit être égal à $1\frac{1}{2}N$, et la distance entre le haut de la page et le logo doit être égale à N (N = hauteur du N du logo).

Echelle du logo



Des dimensions standard pour le logo ont été choisies en fonction des différents produits, comme décrit à la section 3d. Pour les formats de papier utilisés couramment, les dimensions suivantes devraient être utilisées :

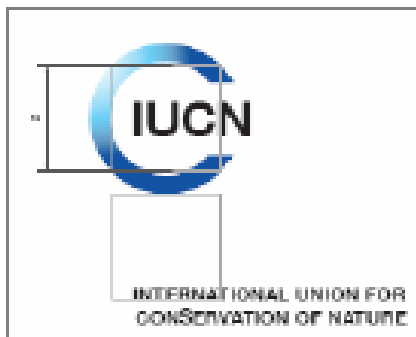
A4: 34mm

A5: 22mm

A6: 17mm

Pour la production de matériels dans d'autres formats, il peut être nécessaire de le mettre à l'échelle. Celle-ci doit augmenter ou diminuer de manière homogène.

Utilisation du logo et de notre nom



Notre nom est UICN, notre nom entier est « Union internationale pour la conservation de la nature ».

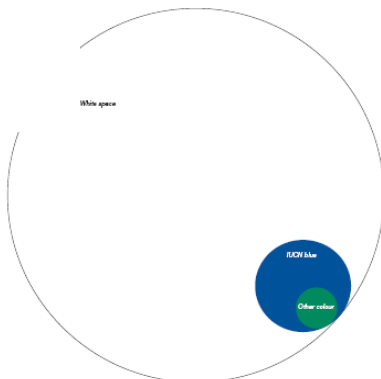
Le nom entier ne doit pas être placé trop près du logo. Le modèle montre la distance minimale autorisée. Elle est proportionnelle à la taille du logo.

Le logo et son descripteur ne doivent jamais être utilisés sur la couverture des publications.

Note : Le nom légal, plus long, de l'UICN ne doit jamais être utilisé ainsi.

Couleurs

Notre identité visuelle est caractéristique. Elle est construite autour de la relation entre l'espace blanc et la couleur. Le blanc devrait être la couleur dominante. Une autre couleur peut être utilisée pour mettre en valeur la mise en page. Le résultat doit la renforcer et non l'embrouiller ou la compliquer.



Rapport des couleurs

Gardez ce rapport des couleurs présent à l'esprit lorsque vous créez une mise en page. C'est le blanc qui doit dominer : l'apparence est sobre et simple, reflet de notre crédibilité scientifique. Cela permet de distinguer l'Union des autres organisations. Toute autre couleur doit être utilisée à petites doses et ne doit pas dominer le bleu UICN.

La palette de couleurs ci-dessous montre celles qui peuvent être utilisées pour la production de matériel UICN. Sont proposés le Pantone, CMYK, RGB et les équivalents Web. Notez qu'il n'y a pas de référence Pantone pour le logo de l'UICN.

IUCN Colour Palette

Pantone, CMYK, RGB, Web Colours

IUCN Corporate Colours



Pantone 313
C100 M0 Y11 K2
R0 G152 B195
#0099C3



Black
C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000



White

IUCN Secondary Colours



Pantone 294
C100 M68 Y7 K30
R0 G52 B120
#005478



Pantone 292
C59 M11 Y0 K0
R99 G177 B229
#63B1E5



Pantone 322
C100 M9 Y35 K34
R0 G116 B122
#00747A



Pantone 357
C93 M19 Y94 K99
R59 G99 B55
#275937



Pantone 362
C80 M0 Y100 K2
R63 G156 B53
#3F9C35



Pantone 385
C24 M13 Y93 K60
R114 G110 B52
#726E20



Pantone 525
C80 M100 Y0 K0
R101 G45 B134
#650D86



Pantone 200
C5 M100 Y66 K12
R183 G18 B52
#B71234



Pantone 144
C0 M56 Y100 K0
R253 G151 B0
#E98900



Pantone 123
C0 M19 Y99 K0
R253 G200 B47
#FDC82F



Pantone 475
C19 M81 Y35 K64
R112 G61 B41
#805D29



Pantone 7531
C16 M28 Y36 K51
R133 G115 B99
#857363



Pantone 7529
C7 M14 Y20 K21
R189 G177 B166
#8DB1A6

Typographie

Pour communiquer clairement, nous avons choisi un caractère simple et souple, Helvetica Neue. Utilisé comme il convient, l'identité de l'Union restera homogène dans toutes nos publications.



Sur une plate-forme PC ou sur Internet, l'équivalent d'Helvetica est Arial. L'utilisation de Arial et de Arial Narrow est autorisée. Arial Black ne devrait pas être utilisé.



Helvetica Neue est une police possédant de nombreux caractères. Il est possible d'utiliser les suivants :

- Helvetica 45 light
- Helvetica 55 Roman
- Helvetica 56 italic
- Helvetica 75 bold

Pour le corps du texte proprement dit de publications de plus de 20 pages, un caractère Serif peut être préférable. Dans ce cas il est possible d'utiliser Garamond book. S'il n'est pas disponible, les utilisateurs de PC peuvent utiliser Garamond.

Le modèle ci-dessous donne les informations sur les caractères, leur taille et l'interlignage, et montre les relations entre les divers éléments de la page. Une claire hiérarchie apparaîtra grâce à l'application des règles précises.



Règles les plus importantes à mémoriser :

- Les titres et les sous-titres doivent toujours être en Helvetica (ou Arial si nécessaire). Le corps du texte peut être en Helvetica ou en Garamond Book. A noter que même si Garamond Book est utilisé dans le corps du texte, les titres et sous-titres doivent rester en Helvetica.
- La taille du caractère doit être choisie en fonction de l'objet. Sélectionnez la taille qui convient le mieux à la mise en page.
- L'intervalle entre les lignes devrait en général être équivalent à une fois et demie la taille du caractère. Par exemple, si la taille du caractère dans le texte est de 10 points, l'interligne devrait mesurer 15 points.
- Les titres et sous-titres doivent être alignés à gauche. Le corps du texte peut être justifié ou aligné à gauche.

Images

Les images sont de puissants moyens de communication. Choisie avec soin, une image peut être plus audible que des mots. Le respect dû à l'image et au sujet qu'elle représente, ainsi que la compréhension que le spectateur en aura, sont très importants.

Voici quelques critères de choix d'une image :

- ✓ audace et mouvement
- ✓ illustration positive des relations entre l'homme et la nature
- ✓ capacité à faire passer un message en relation avec le sujet





4d Comment mettre tout cela ensemble

La position du logo, les couleurs adoptées, le caractère Helvetica Neue, des images bien choisies, tout cela concourt à donner au matériel portant la marque UICN un aspect commun et permet à l'identité de l'Union d'être immédiatement reconnue et respectée. Voyez ci-dessous un exemple accompagné des règles détaillées d'utilisation. Des modèles existent pour de nombreux produits UICN. Ils se trouvent sur le Knowledge Network.

Brochure Front Cover

Format: A4



Brochure Front Cover

1 Logo

The logo must always appear in the top left-hand corner, 1/4 N from the page edge and N from the top of the page. (N = the height of the N in the logo)

2 White zone

Nothing can appear in this zone other than white space. On an A4 page, the height of the white zone = 100mm. Scale accordingly for other paper sizes.

3 Premier headline

The primary headline is to be flushed left in line with the "1" from the logo. Ideally this should be only one line.

Typography:

Use Helvetica Neue 45 Light
Size 38 pt
Leading 35 pt
Colour:
black

4 Secondary headline

The secondary headline is to be flushed left in line with the "1" from the logo. Ideally, the secondary headline should be no more than 2 lines.

Typography:

Use Helvetica Neue 45 Light
Size 20 pt
Leading 20 pt
Colour:
50% black

5 Author

If needed, an author can be added here. To be flushed left in line with the "1" from the logo.

Typography:

Use Helvetica Neue 45 Light
Size 20 pt
Leading 20 pt
Colour:
50% black

6 Additional Information

If needed, additional information such as publisher, edition, or author can be added here. To be flushed left in line with the "1" from the logo.

Typography:

Use Helvetica Neue 45 Light
Size 10 pt
Colour:
50% black

7 Image

The image bleeds off the left and right edges of the page for portrait formats. For landscape formats the image bleeds off the top, right hand and bottom edges of the page. Only one image can be used. If additional logos or the colour band are not required, then the picture can bleed to the bottom of the page. If desired, the image can wrap around to the back cover (on portrait formats only, refer to the back cover template)

8 Highlight bar/text

The highlight bar is for additional information. If it is not needed, it must be removed. The highlight bar must never cut across an image that bleeds off the bottom of a page. The text placed in the highlight bar can be the full name of IUCN or the name of an IUCN programme, series, volume, initiative etc.

Typography:

Use Helvetica Neue 65 Medium
Size 8 pt
Leading 20 pt
For font size and spacing, follow the typographic rules.
Colour:
Text White

The highlight bar is 6mm in height on an A4 page and is scaled accordingly on other paper sizes.

Colour bar:

The colour is chosen from the IUCN colour palette.

9 Additional logos

It is preferable to place additional logos on the back cover, but never on both the front AND back covers. However, if they must be placed on the front, they are placed in this space following the rules as shown. The logos are flushed left in line with the "1" from the logo.

4e Quelques exemples

L'identité visuelle de l'UICN doit être utilisée pour les matériels de l'UICN selon les instructions du guide de la section 4b. Les exemples qui suivent donnent un aperçu de la façon dont les directives de l'identité visuelle s'appliquent aux couvertures des livres.

Couverture d'un livre UICN

Vous êtes actuellement le Directeur général du Secrétariat de l'UICN ou un membre du personnel :

- Vous devez suivre toutes les règles qui s'appliquent au logo et à l'identité visuelle.
- Vous pouvez utiliser le logo sur tout type de matériel.



Couverture de livre d'une Commission de l'UICN

Vous êtes le Président d'une Commission de l'UICN ou désigné par lui pour représenter une Commission particulière :

- Il vous faut toujours utiliser le logo de l'UICN avec celui de la Commission.
- Vous devez suivre les règles d'utilisation commune des logos : les logos de la Commission sont placés en bas à gauche sous la bande de couleur. Les sites Internet et les présentations PowerPoint font exception à cette règle.
- Vous pouvez utiliser les logos de cette manière sur tout type de matériel.



Couverture de livre UICN et partenaires multiples

De préférence, négociez avec les partenaires l'utilisation de l'identité visuelle de l'UICN.

- Si c'est possible, appliquez les règles de l'identité visuelle de l'UICN pour les logos des partenaires, c'est-à-dire qu'ils doivent être placés en bas à gauche sous la bande de couleur.
- Si ce n'est pas possible, choisissez une apparence complètement différente et suivez les règles d'utilisation du logo de l'UICN.



Couverture de livre UICN avec partenaire de plein droit

Pour être considéré comme un partenaire de plein droit, un accord de droit d'auteur ou de publication conjoint doit exister.

Essayez toujours de négocier avec le partenaire l'utilisation de l'identité visuelle de l'UICN.

- Si c'est possible, appliquez les règles de l'identité visuelle de l'UICN pour le logo du partenaire, c'est-à-dire qu'il doit être placé en bas à gauche sous la bande de couleur.
- Si ce n'est pas possible, contactez l'Unité chargée de la communication mondiale à logo@iucn.org pour obtenir l'autorisation d'utiliser les directives visuelles du partenaire de plein droit qui spécifient que le logo est placé en haut à droite de la couverture.
- Si ni l'un, ni l'autre ne sont possibles, utilisez une apparence complètement différente et suivez les règles d'utilisation du logo de l'UICN.



Modèles disponibles

Plusieurs modèles ont été créés pour divers produits et placés dans le Knowledge Network sous : Communications/New_IUCN_logo/Templates_exemples. Les modèles suivants sont disponibles :

- Publicité
- Badges
- Bannières
- Livres
- Brochures
- Cartes de visite
- Signatures électroniques
- Enveloppes et étiquettes
- Fiches d'information
- Télécopies et mémos
- Classeurs
- Dépliants/prospectus
- Papier à en-tête
- Logo dans les documents Word
- Magazines/journaux
- Prises de position
- Affiches
- PowerPoint
- Communiqués de presse
- Signalisation
- Avec nos compliments

5 Utilisation de l'image de marque : vérification

Avez-vous tout compris ?

1. Votre communication concerne-t-elle l'un des cinq domaines thématiques prioritaires ?

- Conserver la biodiversité
- Changer les prévisions climatiques
- Des énergies naturelles pour demain
- Gérer les écosystèmes dans l'optique du bien-être humain
- Une économie mondiale plus « verte »

2. Lors de toute communication, notre proposition de valeur doit être transmise. Le faites-vous ?
Cochez au moins 3 des 4 cases.

Crédibilité scientifique

- Nous utilisons les faits et non nos émotions pour guider nos actions
- Nous utilisons et partageons nos connaissances
- Nous sommes fiables, crédibles et respectés
- Nos experts sont excellents et couvrent un large spectre de connaissances
- Nos experts initient et établissent des standards mondiaux
- Nous croyons aux solutions pratiques/pragmatiques et non aux dogmes politiques

Rassembleur et bâtisseur de ponts

- Nous réunissons des gens et des organisations pour former des consensus
- Nous réunissons des acteurs de toutes les spécialités et des tous les secteurs
- Nous agissons du niveau local au niveau mondial
- Nous sommes un "honnête courtier" qui ne prend pas de position politique
- Nous accueillons le dialogue et les points de vue différents
- Nous avons la détermination de passer du dialogue à l'action

Notre audience : du mondial au local et du local au mondial

- Nous sommes partout dans le monde, dans plus de 160 pays
- Nous proposons de réelles solutions du local au mondial
- Nos décisions bénéficient de l'apport de nombreux acteurs
- Notre union unique de Membres, de Commissions, de partenaires et le Secrétariat offre une possibilité exceptionnelle de lier prises de décisions et actions aux niveaux local et mondial

Influence sur les standards et les pratiques

- Nous proposons la seule voie durable pour résoudre de nombreux défis mondiaux
- Nous sommes la seule organisation environnementale ayant statut d'observateur auprès de l'ONU
- Nous nous intéressons au secteur privé et au marché
- Nous voulons des résultats et nous sommes efficaces
- Nos décisions reposent sur le meilleur de la science et du savoir-faire

3. Vos instruments de communication mentionnent-ils que nous travaillons avec nos Membres et nos Commissions ?

4. Avez-vous respecté les directives de l'identité visuelle de l'UICN ?

- dimensions du logo
- position du logo
- couleurs
- typographie
- images