

Introduction

Les lignes directrices en matière d'image de marque d'une organisation assurent que les éléments visuels d'Optimist International sont correctement mis en pratique chaque fois que l'organisation est identifiée. La publication de lignes directrices est essentielle pour fournir une orientation uniforme et claire au sein d'une organisation vaste et diversifiée comme Optimist International. Ces lignes directrices doivent être respectées afin de donner à Optimist International une image de marque, d'apporter une plus grande visibilité et de fournir des possibilités de commercialisation convaincantes.

Le but de ces lignes directrices en matière d'image de marque, c'est pour assurer une représentation visuelle uniforme d'Optimist International. Il est important que les normes soient rigoureusement suivies, particulièrement celles qui ont trait au logo d'Optimist International. Le succès du maintien de l'identité organisationnelle dépend de l'appropriation de ses objectifs et de ses valeurs par tous les membres.

Toute question concernant les lignes directrices d'Optimist International en matière d'image de marque doit être posée au service de la Commercialisation et des Communications au bureau international.

Façonner une image de marque Optimiste

Les images de marque sont des icônes qui reflètent nos préférences personnelles, nos valeurs, et nos habitudes de vie. Une image de marque n'est pas une chose tangible comme une étiquette, un logo, un style et un trait particulier. En d'autres termes, ce n'est pas composé de caractéristiques et d'avantages rationnels. C'est dans le cœur et dans l'esprit du grand public que se crée une image de marque. Les images de marque sont des liens émotifs.

L'importance de façonner l'image de marque d'Optimist International est essentielle à notre succès. C'est comme une empreinte digitale : elle reflète l'humeur et le style que nous voulons incorporer à tout instrument de communication, quel que soit celui que vous utilisez – bulletins d'information, dépliants publicitaires, affiches, sites Web, etc. Chaque point de contact que peut avoir un individu avec Optimist International doit exprimer le même style, mais ne signifie pas pour autant

que tous les éléments de communication doivent nécessairement se ressembler.

Toute communication faite par Optimist International doit susciter la passion qu'ont les gens qui y sont associés pour le mieux-être de la société.

L'empreinte organisationnelle d'Optimist International

L'empreinte organisationnelle d'Optimist International comprend deux éléments de marque :

- **Le logo d'Optimist International**
- **Le titre d'appel**

L'image de marque d'Optimist International est une marque de commerce déposée qu'aucune autre organisation ne peut utiliser. Le but premier d'une marque de commerce déposée est d'empêcher les gens de se sentir perdus ou désorientés quant à la source et à l'origine d'un produit ou d'un service. Les marques de commerce répondent aux questions suivantes : « Qui fabrique ce produit? » et « Qui offre ce service? »

Les marques de commerce établies aident les gens à répondre à une autre question : « Est-ce un bon produit ou un bon service? » Cela veut dire que les marques déposées d'Optimist International sont des actifs d'une grande valeur dignes d'être protégés.

L'identité organisationnelle d'Optimist International est un actif important et sa gestion constitue une responsabilité de premier plan. Les objectifs de l'identité organisationnelle d'Optimist International sont les suivants :

- Utiliser une identité organisationnelle solidement articulée, cohérente et légalement protégée.
- Jeter les bases de la reconnaissance et de la préférence du grand public pour Optimist International, les jeunes à qui l'on offre des services, les membres actuels et les sociétés commanditaires potentielles.

Les normes relatives aux couleurs d'Optimist International

L'empreinte organisationnelle d'Optimist International est d'une seule couleur. Afin de respecter l'héritage d'Optimist International, le bleu est la couleur primaire de l'organisation. Dans le nuancier Pantone – une norme reconnue à l'échelle internationale d'harmonisation des couleurs d'encre

utilisées dans l'industrie de l'imprimerie – le bleu d'Optimist International, c'est le bleu **Pantone Reflex**.

Il peut également être utilisé en noir, ou inversé sur fond bleu **Pantone Reflex**, noir ou gris foncé. Aucune autre exception quant à l'utilisation de la couleur n'est permise.



Utilisation correcte de l'empreinte organisationnelle d'Optimist International

L'empreinte organisationnelle d'Optimist International doit toujours être utilisée comme un tout – logo et titre d'appel. L'application uniforme de l'image de marque renforcera Optimist International en tant que produit.

- Ne jamais modifier l'apparence, la forme ou la taille de quelque élément que ce soit de l'image de marque.

Correct



Incorrect



- Ne jamais utiliser les éléments de l'image de marque indépendamment l'un de l'autre.

Correct



Incorrect



- Ne jamais supprimer une partie de l'image de marque.

Correct



Incorrect



- Ne jamais modifier la proportion d'une partie de l'image de marque par rapport à l'autre partie.

Correct



Incorrect



Accommodements de l'identité Optimiste au sein d'une localité

Chaque club Optimiste peut utiliser les mots « Club Optimiste » ou le nom du club au lieu des mots « Optimist International » lorsqu'il fait usage de l'empreinte organisationnelle d'Optimist International. Tous les autres aspects de l'image de marque, de la couleur et du logo doivent être respectés.

La devise d'Optimist International

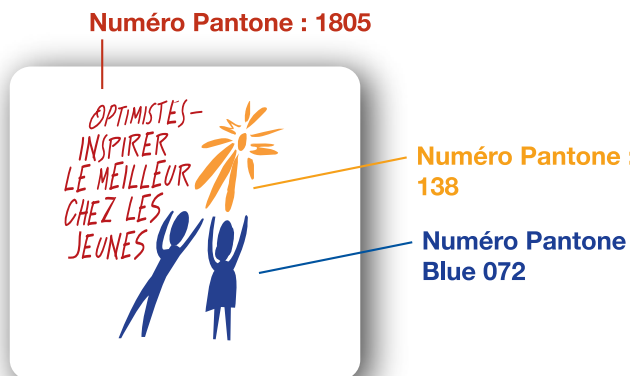
Une fois de plus, afin de respecter l'héritage d'Optimist International, la devise officielle de l'organisation, c'est « Ami de la jeunesse ». Le style de caractère recommandé pour la devise, c'est *Rage Italic*. La devise doit être imprimée en bleu **Pantone Reflex** ou en noir.



L'image de marque distinctive d'Optimist International

L'image de marque distinctive d'Optimist International, c'est « Inspirer le meilleur chez les jeunes ». Le logo « Inspirer le meilleur chez les jeunes » comprend l'illustration représentée ici accompagnée du titre d'appel. (specs)

À cause d'interprétations culturelles possibles, l'on peut changer le titre d'appel habituel pour « Inspirer le meilleur chez les enfants ».



Précisions quant à l'image



Les photographies et illustrations laissent de fortes impressions sur notre public. Elles jouent également un rôle prépondérant dans la transmission de notre mission, de notre vision, et de nos buts. Vous devez choisir des images qui révèlent les bienfaits prodigués aux membres parce qu'ils font partie de l'expérience Optimiste.

Nous devrions toujours être à l'écoute de notre public lorsque nous choisissons les images que l'on utilise dans nos communications.

Illustrations

Les illustrations de l'empreinte organisationnelle d'Optimist International, de la devise, et de l'image de marque distinctive se trouvent dans notre site Web à l'adresse www.optimiste.org. Cherchez sous la rubrique « Membres », puis sous « Commercialisation », et cliquez sur « Logos Optimistes »

Autres logos Optimistes

Un certain nombre de programmes et activités Optimistes ont leurs propres logos qui peuvent être utilisés au moment où un club participe à ces activités.