

# PARLER DU ROTARY

Charte graphique  
à l'usage des  
Rotariens



A photograph of four business professionals in a meeting. A woman with short grey hair is seated on the left, looking towards a man in a blue shirt. Another man in a dark suit is leaning over from the center, looking at the man in the blue shirt. A man with glasses is seated on the right, looking towards the man in the blue shirt. The background shows a modern office with large windows.

**« LE PLUS BEL  
ACCOMPLISSEMENT...  
EST LE RÉSULTAT D'UNE  
PARFAITE COORDINATION  
ENTRE LE CŒUR, LA TÊTE  
ET LES BRAS. »**

**PAUL P. HARRIS**



# Sommaire

## INTRODUCTION

- 4 **Contexte**  
Pourquoi renforcer notre image  
Ce que nous avons accompli  
Ce qu'il reste à faire

## QUI SOMMES-NOUS ?

- 5 Le chemin parcouru
- 6 Notre essence  
Nos valeurs
- 7 Notre voix

## NOTRE LOOK

- 9 **Outils visuels**
- 10 **Logotype**  
Configurations  
Nuances de couleurs,  
bloc-marque  
Nuances de couleurs,  
sceau d'excellence  
Utiliser le sceau  
d'excellence  
Zone de protection et  
tailles minimum pour  
l'impression et le  
numérique  
Meilleures pratiques
- 17 **Palette de couleurs**  
Vue d'ensemble  
Codes  
Meilleures pratiques
- 20 **Typographie**  
Polices institutionnelles,  
secondaires et  
alternatives  
Meilleures pratiques
- 22 **Photographie**  
Style et sujets
- 23 **Icônes et infographies**  
Vue d'ensemble  
Axes stratégiques

## TISSONS LA TRAME

- 25 **Applications**  
Couvertures  
Pages intérieures  
Affiches verticales  
Affiches horizontales  
Dépliants  
Affichage  
Numérique  
Newsletters électroniques

## NOUS CONTACTER

- 34 **graphics@rotary.org**  
**rilicensingservices**  
**@rotary.org**

## À SAVOIR

Des ressources supplémentaires seront disponibles en ligne à l'automne 2013, notamment des outils et des modèles pouvant vous aider à concevoir vos brochures, présentations PowerPoint et autres communications traditionnelles ou numériques.

### **Pourquoi renforcer notre image**

Depuis plus d'un siècle, le Rotary réunit des décideurs déterminés à mettre leur expertise au service de la collectivité. En dépit des résultats obtenus à travers le monde, le Rotary n'est pourtant pas reconnu pour son travail. Nous devons repenser la manière dont nous parlons de nous afin que le public comprenne quelle est notre raison d'être, ce qui nous distingue et notre pertinence dans le monde d'aujourd'hui.

En 2011, le Rotary s'est lancé dans une initiative d'une ampleur sans précédent pour renforcer son image. L'objectif est de mieux faire comprendre au public ce que fait le Rotary, mais également de motiver et impliquer les membres existants et potentiels, les donateurs, les partenaires stratégiques et le personnel.

### **Ce que nous avons accompli**

Avant de renforcer notre image, nous devons la définir. Une étude de grande envergure nous a permis de :

**Définir notre essence**  
**Identifier ce qui nous distingue des autres organisations**

**Donner corps à nos valeurs**  
**S'assurer que nos actes correspondent à notre discours**

**Définir notre voix**  
**Refléter notre originalité**

**Présenter clairement ce que nous proposons**  
**Expliquer au public ce que nous faisons et comment s'impliquer**

**Recréer notre identité visuelle**  
**Rajeunir notre look tout en célébrant notre héritage**

### **Ce qu'il reste à faire**

Donner corps à notre marque est la prochaine étape – une étape qui requiert un soutien à tous les niveaux et à tous les postes.

Nous sommes le Rotary.

**Et il nous revient de protéger, promouvoir et incarner notre image dans toutes nos activités.**

Cette charte vous permettra d'appliquer ce nouveau look et cette nouvelle voix afin de renforcer notre image. Des ressources supplémentaires seront disponibles en ligne à l'automne 2013, notamment des outils et des modèles pouvant vous aider à concevoir vos brochures, présentations PowerPoint et autres communications traditionnelles ou numériques.

Une image et un message homogènes permettent non seulement d'asseoir notre réputation, mais aussi de valoriser l'expérience rotarienne.

---

**UNE ÉVALUATION SANS PRÉCÉDENT DE NOTRE IMAGE**

---

Notre enquête a révélé trois points importants.

---

**REDÉFINIR NOS POINTS FORTS DANS UN SOUCI  
DE CLARTÉ ET D'IMPACT**

---

Ces points définissent qui nous sommes (des dirigeants responsables), ce que nous faisons (établir des relations) et notre raison d'être (l'impact dans la collectivité). La validation de l'enquête a révélé comment articuler ces points forts de façon attractive.

---

**Les Rotariens sont des  
dirigeants responsables –  
à la fois socialement et  
déontologiquement**



**Définir le leadership par un état  
d'esprit et non pas des étiquettes  
et des titres**

---

**Les relations humaines ont  
été et seront toujours la force  
motrice du Rotary**



**Mettre en avant les connexions  
et les communautés, et  
non pas les individus**

---

**L'impact n'est pas simplement  
mondial – il est local à l'échelle  
internationale**



**Clarifier le type d'impact du  
Rotary (impact local à l'échelle  
internationale, changement  
durable)**

---

## Que sont des « valeurs » ?

Les valeurs dictent notre comportement. Elles représentent nos convictions, ce que nous faisons et la manière dont nous agissons.

## Comment définissons-nous nos valeurs ?

Nos valeurs sont enracinées dans des principes directeurs qui ont toujours défini le Rotary. Aujourd'hui, nous voulons donner corps à nos valeurs en montrant comment nous les incarnons à travers le monde.

## Qu'entendons-nous par « essence » ?

Notre essence définit ce que nous faisons :

Fédérer des décideurs de tous les continents, cultures et professions

Échanger des idées

Agir pour améliorer les conditions de vie dans le monde.

## THÈMES DE NOS PRINCIPES DIRECTEURS

**Camaraderie et entente mondiale**

**Éthique et intégrité**

**Diversité**

**Expertise professionnelle, action et leadership**

## COMMENT INCARNONS-NOUS NOS VALEURS

**Nous nouons des liens d'amitié**

**Nous honorons nos engagements**

**Nous représentons la somme de perspectives diverses**

**Nous mettons notre leadership et expertise au service de causes sociales**

## Quelle est notre voix ?

Notre voix est le ton et le style uniques que nous utilisons pour communiquer.

## Pourquoi le Rotary a-t-il besoin de sa propre voix ?

Aucune organisation ne ressemble au Rotary. Pour nous assurer que notre communication capte notre originalité – et comment les gens vivent le Rotary – nous avons besoin de parler d'une seule voix. Notre communication écrite, orale et visuelle doit immédiatement faire penser au Rotary.

## Comment devons-nous utiliser notre voix ?

Les caractéristiques de notre voix nous guident dans notre expression orale, écrite et graphique. Servez-vous en comme critères pour évaluer votre communication. Une large gamme d'outils (impression, visuel, infographie, etc.) peut nous aider à insuffler notre voix dans toutes nos communications. Pour de plus amples détails sur les éléments de notre identité visuelle, cf. pages 9 à 24.

### NOTRE VOIX EST...

## Intelligence

### CELA SIGNIFIE QUE...

Nous sommes seuls à étudier les problèmes sous différents angles et à mettre nos expertises au service de causes sociétales. Notre communication est éclairée et pointue.

### NOTRE COMMUNICATION ILLUSTRE...

**Compétence**  
**Perspicacité**  
**Assurance**

## Compassion

S'attaquer aux problèmes les plus aigus requiert de l'empathie. Nous valorisons des personnes, vécus et conversations authentiques qui sont universels et auxquels il est facile de s'identifier.

**Prévenance**  
**Sincérité**  
**Attractivité**

## Résolution

Nous poursuivons des solutions durables aux problèmes d'aujourd'hui. Nous évoquons clarté et conviction.

**Audace**  
**Sens du but**  
**Courage**

## Motivation

Sous l'impulsion des liens durables établis et de notre action positive dans le monde, nous encourageons les autres à passer à l'action. Nous sommes porteurs d'espoir, d'enthousiasme et de passion.

**Optimisme**  
**Espoir**  
**Clairvoyance**

Nous vous proposons des exemples démontrant comment notre voix renforce notre message :

#### EXEMPLES

Invitation à assister à une réunion de club lancée à un prospect

#### AVANT (sans la voix du Rotary)

Le Rotary rassemble des gens ordinaires du monde entier qui collaborent pour protéger l'environnement, éradiquer la polio, améliorer les conditions de vie et accomplir d'autres choses extraordinaires.

Pour en savoir plus, [rotary.org](http://rotary.org).



#### APRÈS (avec la voix du Rotary)

**Des résultats extraordinaires peuvent être obtenus lorsque cœur et esprit œuvrent de front. Regardez comment des décideurs du monde entier de pays, de cultures et de professions différentes passent à l'action – améliorer les soins, autonomiser les jeunes, promouvoir la paix et développer la collectivité.**

**Rejoignez des leaders dans un Rotary club proche de chez vous.**

#### RAISONS DE SON EFFICACITÉ

- Est actif, motivant et engageant
- Équilibre compassion (cœurs) et intelligence (esprit)
- Définit le leadership par un état d'esprit (perspectives diverses) et des actes
- Clarifie notre impact
- Inclut un appel à l'action clair

Extrait de [Rotary.org](http://Rotary.org)

L'anniversaire du Rotary

Le 108<sup>e</sup> anniversaire du Rotary marque une année de réussites dans la lutte contre la polio ainsi qu'un engagement plus fort encore à en finir avec cette tâche. Vous pouvez apporter votre contribution en encourageant les gouvernements à financer le travail vital de l'éradication de la polio.



#### Entrons dans l'histoire

**Nous n'avons jamais été aussi proches d'éradiquer la polio. Fêter notre 108<sup>e</sup> anniversaire ne doit pas nous faire oublier que beaucoup reste à faire. Faites-vous le champion de cette cause afin que nous puissions ensemble honorer notre promesse.**

- Le titre motive au lieu de décrire
- Souligne l'esprit de résolution du Rotary
- Est plus compatissant et humain (ex. : utilisation du « nous »)
- Propose un appel à l'action claire

### Un look bien ciblé, déterminé et motivant

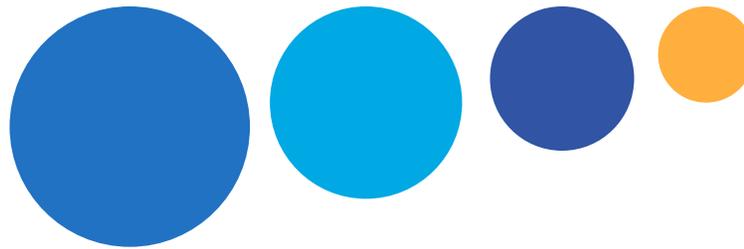
Nos outils contiennent les principaux éléments de notre système visuel.

Cela inclut nos logos, une palette de couleurs, des styles typographique, iconographique et infographique ainsi qu'un style photographique et des suggestions de sujets.

Ces éléments visent à former un tout harmonieux et à offrir une certaine souplesse à l'intérieur d'un cadre précis. Associés les uns aux autres, ils illustrent clairement notre leadership actif, notre résolution et notre compassion.

### Couleurs – cf. p. 17 à 19

Couleurs institutionnelles du Rotary



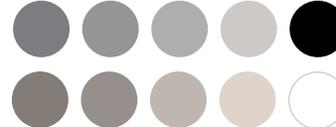
Couleurs secondaires



Couleurs pastel



Couleurs neutres



### Visuel – cf. p. 22

Des Rotariens réunis échangeant des idées



Rotariens passant à l'action



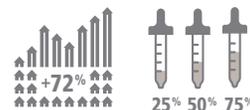
Métaphore



### Iconographie – cf. p. 23



### Infographie – cf. p. 23



### Typographie – cf. p. 20-21

Typographie institutionnelle

**FRUTIGER BLACK  
CONDENSED  
ALL-CAPS POUR  
LES TITRES ET LA  
NAVIGATION  
PRINCIPALE**

Frutiger  
Pour les  
intertitres  
Pour la  
navigation  
secondaire  
Pour les  
infographies  
Light *Italic*  
Roman *Italic*  
Bold *Italic*  
Black *Italic*  
Ultra **Black**

Typographie  
secondaire

Sentinel  
Pour le texte, les  
sous-titres et les  
légendes  
Light *Italic*  
Book *Italic*  
Medium *Italic*  
Semibold *Italic*  
Bold *Italic*

### Logos – cf. p. 10 à 16

Bloc-marque



Sceau d'excellence



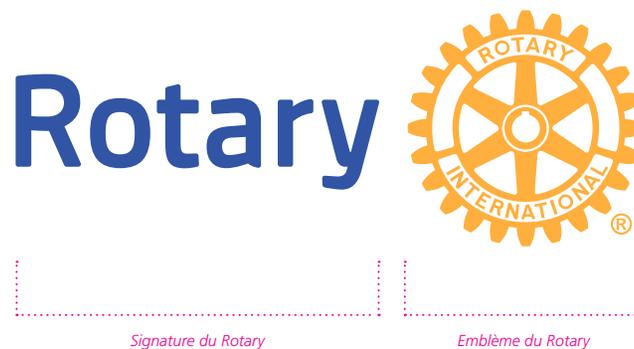
Notre logo a récemment évolué pour inclure notre bloc-marque qui est le mot « Rotary » et notre emblème qui est la roue du Rotary.

« Rotary » précède toujours l'emblème dans le bloc-marque.

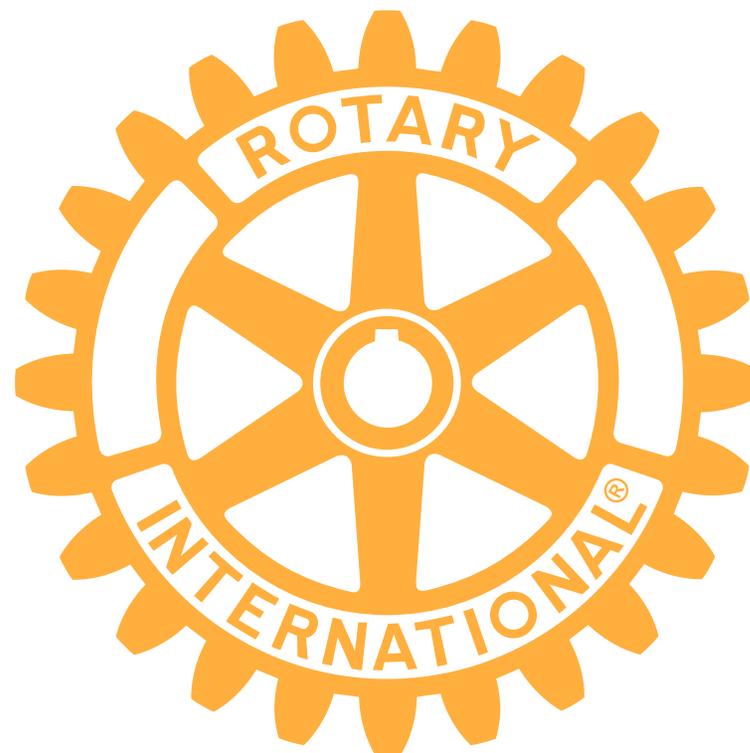
Le logo institutionnel est notre signature et doit être utilisé chaque fois que possible. Notre sceau d'excellence ne peut apparaître seul et doit accompagner la signature avec une taille susceptible de créer le plus fort impact.

Il est crucial d'avoir un bloc-marque homogène. La position et les proportions de toutes les composantes d'un bloc-marque ne doivent pas être modifiées.

Bloc-marque



Sceau d'excellence



# Logotype

## Nuances de couleurs

### Bloc-marque

La version du bloc-marque Rotary en couleurs est la version recommandée. Elle doit absolument être utilisée dans un environnement numérique et pour une impression en au moins deux couleurs. Notre emblème doit toujours être de couleur or à moins que l'impression en bichromie soit impossible.

Ne modifiez pas et n'inversez pas les couleurs du bloc-marque.

Des versions du bloc-marque en noir, bleu azur et blanc sont fournies pour les inversions. Elles peuvent être utilisées pour l'impression en monochromie ou sur des fonds perturbés ou complexes pouvant nuire à la lisibilité.

Utilisez la version en couleurs autorisant le meilleur contraste et la meilleure lisibilité : positif pour les fonds clairs ou blancs et négatif pour les fonds foncés.

Des versions métallisées comparables aux couleurs du Rotary montrées sur cette page peuvent être utilisées dans des circonstances particulières. Pour plus de détails sur la palette de couleurs, cf. pages 17 à 19.

#### Positif (pour des fonds clairs ou blancs uniquement)

En couleurs



Monochromie

100 % noir

100 % bleu azur Rotary



#### Négatif (pour des fonds sombres uniquement)

En couleurs



# Logotype

## Nuances des couleurs

### Sceau d'excellence

Notre sceau d'excellence doit toujours apparaître en or Rotary à moins que l'impression en bichromie soit impossible.

Des variations monochromes du sceau d'excellence sont fournies en noir, bleu azur et blanc pour les impressions en négatif. Ces couleurs ne peuvent être utilisées que pour l'impression en monochromie.

Des versions métallisées comparables à l'or Rotary montrées peuvent être utilisées dans des circonstances particulières. Pour plus de détails sur la palette de couleurs, cf. pages 17 à 19.



Or Rotary

#### Couleur

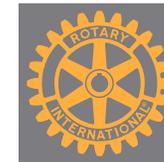
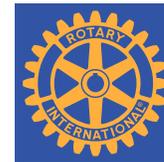
Fond foncé



Fond clair



Couleurs acceptables pour des fonds unis



#### Monochromie

100 % noir



100 % bleu azur  
Rotary



100 % blanc (négatif)



# Logotype

## Utiliser le sceau d'excellence

Notre roue est une marque d'engagement. Elle symbolise notre responsabilité sociale et déontologique.

### Un logotype bien en évidence

Notre sceau d'excellence symbolise notre leadership. Il doit apparaître bien mis en évidence sur nos communications à fort impact.

### Toujours en compagnie du bloc-marque

Le sceau d'excellence doit toujours être utilisé avec notre signature – jamais seul.

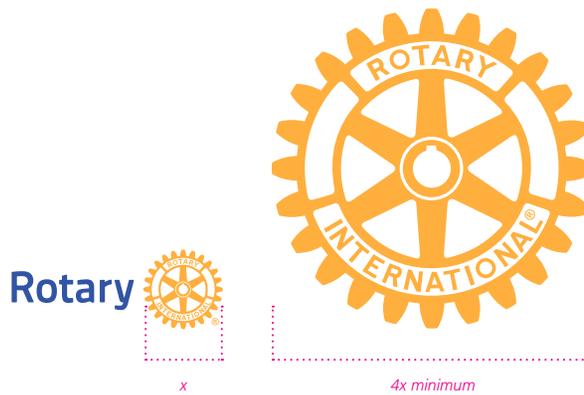
### Éviter les usages excessifs

À réserver aux couvertures et aux documents promotionnels d'une page tels qu'affiches ou annonces, le cas échéant. Éviter de le reproduire trop souvent sur le même document, notamment dans les pages intérieures ou les pages secondaires d'un site Web.

Pour les choix de couleurs, cf. page 12.

### Taille

Proportions du sceau d'excellence et le bloc-marque



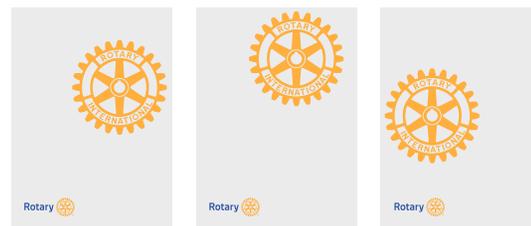
### Opacité

100 % d'opacité sur des aplats

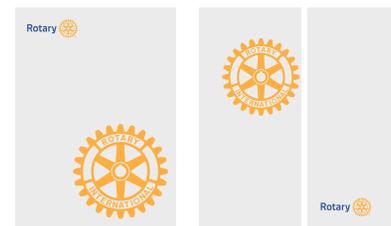


### Exemples (Sceau d'excellence toujours en compagnie du bloc-marque)

Communications



Multi-page (recto/verso)



# Logotype

Zone de protection  
& Tailles minimum  
pour l'impression

## LOGOTYPE

### Bloc-marque simplifié

La taille minimum est  
de 13mm.

La taille minimum est  
de 6mm.

Aucune restriction quant  
à la taille maximum.



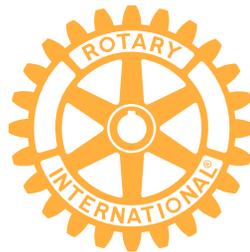
## TAILLE MINIMUM POUR L'IMPRESSION



### Sceau d'excellence

La taille minimum est 4x la  
taille de l'emblème dans le  
bloc-marque.

Aucune restriction quant  
à la taille maximum.



Proportion minimum :

52mm lorsqu'associée au bloc-marque

## ZONE DE PROTECTION



La zone de protection  
– c'est-à-dire l'espace  
entourant le bloc-marque –  
doit être de la même taille  
que le « R » majuscule de  
« Rotary ».

# Logotype

Zone de protection  
& Tailles minimum  
pour le numérique

## LOGOTYPE

### Bloc-marque

La taille minimum est de 60px.

Aucune restriction sur la taille maximum.



## TAILLE MINIMUM POUR LES ORDINATEURS



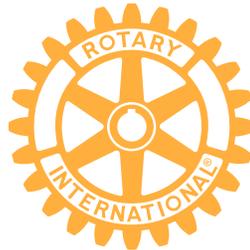
## TAILLE MINIMUM POUR LES TÉLÉPHONES ET TABLETTES



### Sceau d'excellence

La taille minimum est 4x la taille de l'emblème dans le bloc-marque.

Aucune restriction sur la taille maximum.



Proportion minimum :  
240px lorsqu'associé au bloc-marque  
120px lorsqu'associé au bloc-marque simplifié

Proportion minimum :  
320px lorsqu'associé au bloc-marque  
160px lorsqu'associé au bloc-marque simplifié

### Bloc-marque simplifié

La taille maximum est de :

60px pour les ordinateurs  
80px pour les téléphones/tablettes.

La taille minimum est de :

30px pour les ordinateurs  
40px pour les téléphones/tablettes.



## ZONE DE PROTECTION



La zone de protection du bloc-marque est égale à la taille du « o » minuscule de « Rotary ».

À ne pas faire



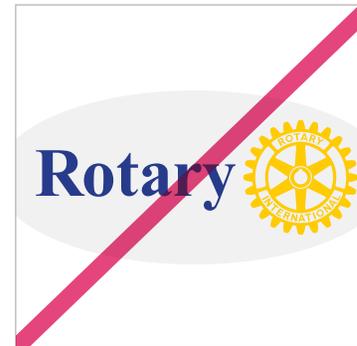
Ne pas placer le bloc-marque sur un fond qui n'offre pas suffisamment de contraste.



Ne pas utiliser de bloc-marque monochrome lorsque l'impression est en aplat.



Ne pas utiliser d'artifices avec le bloc-marque. Éviter de combiner l'emblème du Rotary avec d'autres éléments graphiques.



Ne pas utiliser de police de caractère erronée pour le bloc-marque ou effacer le signe ®. Ne pas placer le bloc-marque à l'intérieur d'une forme.

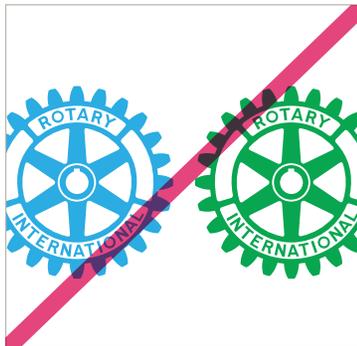


Ne pas déformer, retourner ou réarranger ses éléments.

À ne pas faire



Ne pas couper le sceau d'excellence.



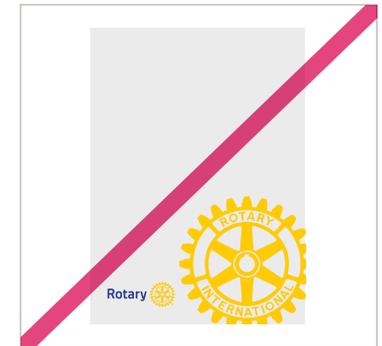
Ne pas utiliser de couleurs ne figurant pas dans la palette du Rotary pour le sceau d'excellence ni de couleurs autres que celles indiquées à la page 12.



Éviter les mauvaises proportions lorsque le sceau d'excellence est utilisé avec le bloc-marque.



Ne pas utiliser des effets de couche qui troublent la couleur ou sacrifient la lisibilité du sceau d'excellence.



Ne pas placer le sceau d'excellence trop à proximité du bloc-marque.

# Palette de couleurs

## Vue d'ensemble

Nous avons choisi des couleurs qui reflètent les qualités des Rotariens : intelligence, résolution et compassion.

L'**OR** et des nuances de **BLEU** sont nos principales couleurs. Dans un souci d'uniformité, les couleurs institutionnelles doivent être utilisées le plus souvent possible. L'utilisation du bleu azur (Azure) prévaut sur celle du bleu ciel (Sky Blue) ou bleu roi (Royal Blue) qui peuvent être utilisés pour compléter ou souligner.

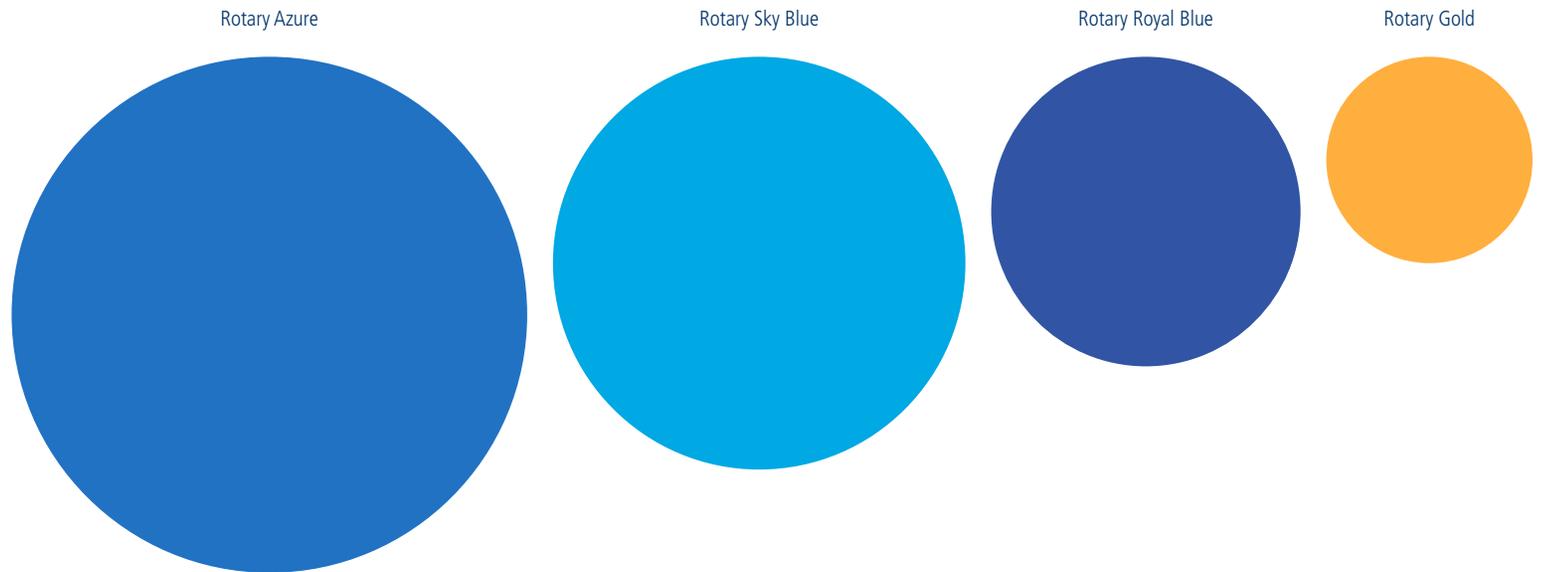
Utilisez les couleurs secondaires avec parcimonie pour souligner ou différencier, le cas échéant.

Les couleurs pastel et neutres offrent de la flexibilité pour certains fonds et mises en page ou lorsque l'information est hiérarchisée.

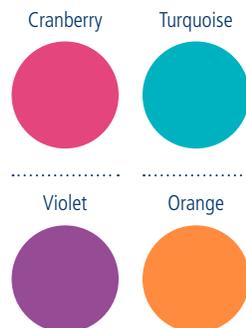
Les couleurs ont été choisies avec soin pour se marier. Ne pas utiliser de filtres.

Des versions métallisées existent pour des cas particuliers : panneaux, pin's, prix ou certificats.

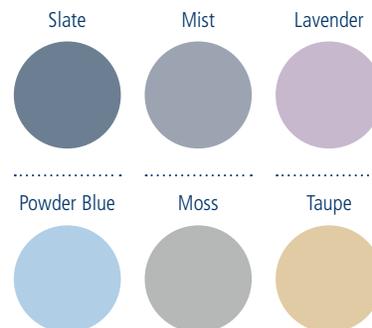
### Couleurs institutionnelles



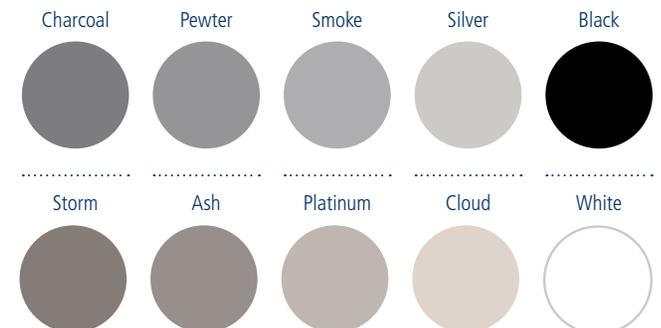
### Couleurs secondaires



### Couleurs pastel



### Couleurs neutres



# Palette de couleurs

## Codes

Nous faisons référence à certaines de nos couleurs comme couleurs du Rotary. Vous trouverez sur cette page les correspondances de nos couleurs dans d'autres systèmes ou nuances.

Assurez-vous d'utiliser la palette de couleurs figurant sur cette page.

Nos couleurs ne doivent jamais être filtrées ou modifiées.

Des formules brillantes et mates sont présentées pour :

Les couleurs **Pantone™**  
La quadrichromie **CMYK**  
Le numérique **RGB**  
Le Web **Hexadécimal**

Pour télécharger ou commander des fichiers ASE pour les nuances, veuillez contacter [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

### Couleurs institutionnelles



**Azure**  
PMS 2175C  
C99 M47 Y0 K0  
PMS 2175U  
C99 M53 Y0 K0  
Hex #005daa  
R0 G93 B170



**Sky Blue**  
PMS 2202C  
C96 M0 Y6 K0  
PMS 2202U  
C94 M0 Y6 K0  
Hex #01b4e7  
R1 G180 B231



**Royal Blue**  
PMS 286C  
C100 M80 Y9 K2  
PMS 286U  
C100 M92 Y9 K2  
Hex #00246c  
R0 G36 B108



**Gold**  
PMS 130C  
C0 M26 Y100 K0  
PMS 129U  
C0 M20 Y100 K0  
Hex #feb11  
R254 G189 B17

### Couleurs secondaires



**Cranberry**  
PMS 214C  
C0 M100 Y22 K0  
Rubine RedU  
C0 M100 Y22 K0  
Hex #d91b5c  
R217 G27 B92



**Turquoise**  
PMS 7466C  
C90 M0 Y38 K0  
PMS 7466U  
C88 M0 Y27 K0  
Hex #009999  
R0 G153 B153



**Violet**  
PMS 2070C  
C57 M91 Y0 K0  
PMS 2070U  
C54 M99 Y0 K0  
Hex #872175  
R135 G33 B117



**Orange**  
PMS 2018C  
C0 M68 Y95 K0  
PMS 2018U  
C0 M58 Y95 K0  
Hex #ff7600  
R255 G118 B0

### Couleurs pastel



**Slate**  
PMS 2165C  
C68 M43 Y30 K9  
PMS 2166U  
C68 M46 Y30 K13  
Hex #687d90  
R104 G125 B144



**Mist**  
PMS 2162C  
C40 M23 Y18 K1  
PMS 2162U  
C42 M26 Y18 K4  
Hex #9ea6b4  
R158 G166 B180



**Lavender**  
PMS 665C  
C17 M20 Y0 K8  
PMS 665U  
C17 M20 Y0 K8  
Hex #c6bcd0  
R198 G188 B208



**Powder Blue**  
PMS 290C  
C25 M4 Y5 K0  
PMS 545U  
C28 M4 Y0 K0  
Hex #c9dee9  
R201 G222 B233



**Moss**  
PMS 7537C  
C36 M23 Y34 K0  
PMS 7537U  
C36 M23 Y30 K0  
Hex #a7aca2  
R167 G172 B162



**Taupe**  
PMS 7501C  
C13 M16 Y35 K0  
PMS 7501U  
C13 M16 Y35 K0  
Hex #d9c89e  
R217 G200 B158

### Couleurs neutres



**Charcoal**  
Cool Gray 11C  
C48 M22 Y24 K66  
Cool Gray 11U  
C15 M0 Y0 K60  
Hex #58585a  
R88 G88 B90



**Pewter**  
Cool Gray 8C  
C23 M11 Y13 K41  
Cool Gray 8U  
C10 M0 Y0 K50  
Hex #919295  
R145 G146 B149



**Smoke**  
Cool Gray 5C  
C0 M0 Y0 K33  
Cool Gray 5U  
C0 M0 Y0 K33  
Hex #bcdbc0  
R188 G189 B192



**Silver**  
Cool Gray 2C  
C14 M10 Y13 K0  
Cool Gray 2U  
C14 M10 Y16 K0  
Hex #e7e7e8  
R231 G231 B232



**Storm**  
Warm Gray 10C  
C51 M46 Y55 K19  
Warm Gray 10U  
C51 M46 Y45 K19  
Hex #675d58  
R103 G93 B88



**Ash**  
Warm Gray 7C  
C41 M34 Y44 K4  
Warm Gray 7U  
C41 M38 Y37 K8  
Hex #958d85  
R149 G141 B133



**Platinum**  
Warm Gray 3C  
C25 M22 Y32 K0  
Warm Gray 3U  
C25 M22 Y28 K2  
Hex #c5c1bb  
R197 G193 B187



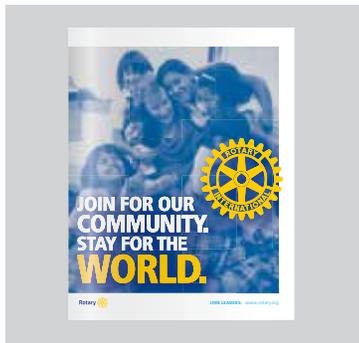
**Cloud**  
Warm Gray 1C  
C15 M12 Y17 K0  
Warm Gray 1U  
C15 M12 Y17 K0  
Hex #e6e5d8  
R230 G229 B216



**Black**  
C0 M0 Y0 K100  
Hex #000000  
R0 G0 B0



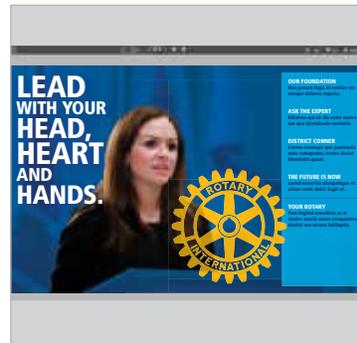
**White**  
C0 M0 Y0 K0  
Hex #ffffff  
R255 G255 B255



Réserver l'or aux éclats de couleur.



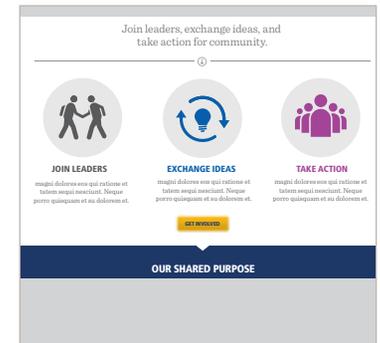
Souligner les titres, icônes et bouton avec des couleurs issues de la palette.



Utiliser en priorité les bleus figurant dans la palette institutionnelle.



Utiliser des couleurs secondaires pour souligner des éléments, mais en aucun cas comme couleur dominante.



Utiliser les couleurs neutres et les espaces blancs dans un souci d'équilibre et de clarté.



Ne pas utiliser de couleurs qui ne figurent pas dans notre palette.



Éviter les contrastes trop faibles et les superpositions de couleurs.



Ne pas utiliser de couleurs secondaires pour une large surface. Ne pas utiliser de couleurs criardes.



Ne pas utiliser de dégradés.



Ne pas utiliser de filtres ou de teintes pour les couleurs de notre palette.

# Typographie

Polices institutionnelles, secondaires et alternatives

## Police de caractère institutionnelle

**Police institutionnelle\***, utilisez la typographie Condensed en haut de casse pour les titres et la navigation principale. Utilisez une typographie Regular pour les intertitres, la navigation secondaire, les infographies, les encadrés, les éléments d'identification et les textes denses.

### FRUTIGER LT STD

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

47 Light Condensed

57 Condensed

67 Bold Condensed

77 Black Condensed

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

45 Light

46 Light Italic

55 Roman

56 Italic

65 Bold

66 Bold Italic

75 Black

76 Black Italic

95 Ultra Black

## Police de caractère secondaire

**Police secondaire\*** pour le corps du texte, les intertitres, les légendes ou les éléments d'identification.

### Sentinel

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Book

Book Italic

Medium

Medium Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

## Alternatives À n'utiliser uniquement lorsque les polices institutionnelles et secondaires sont indisponibles.

**Alternative** pour les applications numériques (Web) lorsque Frutiger LT STD n'est pas disponible.

### OPEN SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Condensed Light

Condensed Light Italic

Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Regular

Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Extra Bold

Extra Bold Italic

**Alternative** pour les applications Microsoft Office lorsque Open Sans Condensed n'est pas disponible.

### ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

**Alternative** pour les applications numériques (Web) et Microsoft Office lorsque Sentinel n'est pas disponible.

### Georgia

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

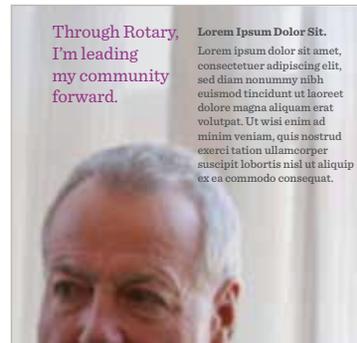
\* Pour acheter des polices de caractère, veuillez contacter [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).



Pour souligner un ou deux mots, augmenter la taille de la police ou utiliser l'italique avec la même taille de police. Les espacements et créneages doivent être homogènes.



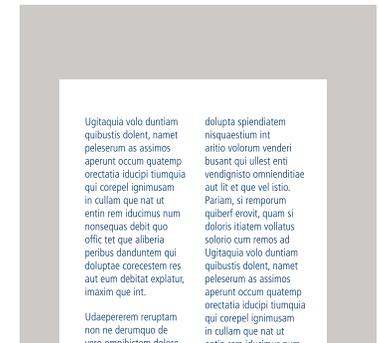
Utiliser Sentinel pour les intertitres et le texte.



Utiliser le gras ou l'italique uniquement pour une mise en évidence.



Utiliser Frutiger pour les polices de haute taille et les données.



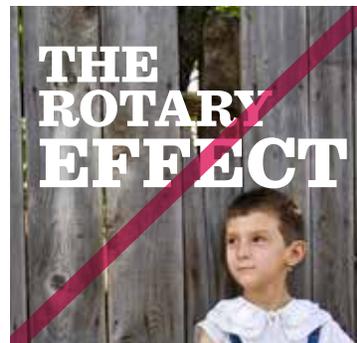
Utiliser Frutiger pour les documents avec un texte dense.



Utiliser la typographie en haut de casse pour les titres ou intertitres.



Attention aux espacements et aux créneages trop ouverts ou irréguliers.



Utiliser Frutiger pour les titres.



Ne pas utiliser le gras pour le corps du texte.



Ne pas utiliser de typographie en couleurs n'offrant pas assez de contraste.

Nos photos mettent en valeur les connexions et la collectivité.

Si possible, utilisez des clichés montrant plusieurs Rotariens d'origines et d'âges divers. Évitez de vous concentrer sur un individu à moins qu'il ou elle ne soit l'objet du reportage.

Pour les photos en intérieur, laissez le fond flou ou neutre afin de ne pas créer de distraction.

Lorsque des bénéficiaires sont pris en photo, évitez de les placer dans un rôle passif et montrez-les en action avec des Rotariens.

Éléments à prendre en compte pour la photographie :

- Style journalistique ou de photoreportage
- Poses et expressions naturelles
- Illustrations d'un leadership actif ou d'un impact
- Moments chaleureux illustrant l'amitié ou la camaraderie
- Mouvement et élan
- Couleurs vives ou noir et blanc
- Faible profondeur de champ avec mise au point sélective (individus pris en photo dans une foule)
- Grands angles
- Arrière-plans naturels ou fournissant un contexte (éviter les fonds utilisés pour les photos d'identité)

### Rotariens échangeant des idées

Individu



Petits groupes



Grands groupes



### Rotariens passant à l'action

Rotarien seul



Petits groupes



Grands groupes



Avec des bénéficiaires



Sans Rotariens



### Métaphore/Concept



# Icônes et infographies

## Vue d'ensemble

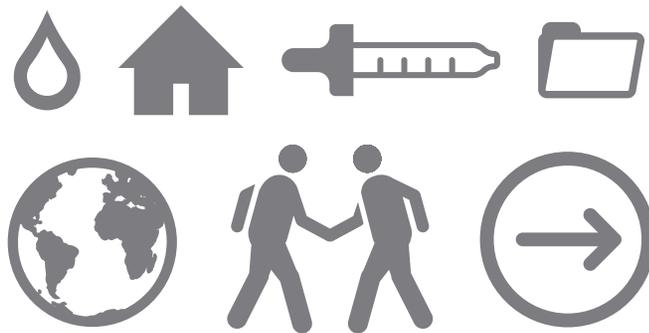
Si vous choisissez de créer des icônes et des informations graphiques, recherchez des styles simples et modernes.

Placez les icônes dans un cercle afin de renforcer la forme de l'emblème du Rotary.

Utilisez les icônes et les infographies pour illustrer des faits ou faciliter la navigation, mais pas en tant que logos.

### Style iconographique

Exemples



Principes

Décider ensemble



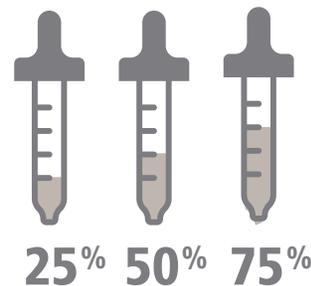
Échanger des idées



Passer à l'action



### Infographies



### AXES STRATÉGIQUES

Le Rotary a identifié six axes stratégiques correspondant à des questions humanitaires et besoins critiques auxquels répondent les Rotariens du monde entier. Chaque icône à droite correspond à l'un des six axes stratégiques :

1. Paix et prévention/résolution des conflits
2. Prévention et traitement des maladies
3. Eau et assainissement
4. Santé de la mère et de l'enfant
5. Alphabétisation et éducation de base
6. Développement économique et local

Ces icônes sont indissociables et doivent être présentées de manière uniforme en utilisant une couleur neutre du Rotary.

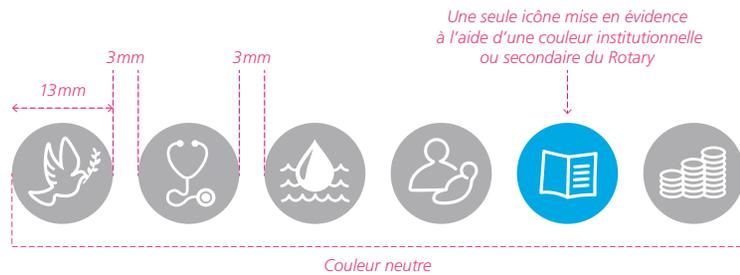
Pour mettre en évidence un axe, utilisez une des couleurs institutionnelles ou secondaires du Rotary.

Lorsque les six axes sont simultanément concernés, utilisez une seule couleur institutionnelle ou secondaire du Rotary.

Utilisez toujours la même couleur pour mettre en évidence des icônes dans un même document.

N'utilisez pas de code de couleur pour les six axes stratégiques et ne modifiez pas les proportions ou la forme des cercles entourant les symboles.

#### Configuration horizontale



#### Configuration verticale



#### Configuration superposée



#### Taille minimum

##### Impression



##### Numérique (ordinateurs)



##### Numérique (téléphones et tablettes)



Ne pas utiliser d'autres formes pour entourer les icônes et ne pas utiliser plusieurs couleurs à la fois. Ne pas utiliser de couleurs qui n'appartiennent pas à la palette du Rotary.

# Applications

Exemples de couvertures

TISSONS LA TRAME

Charte graphique  
du Rotary

6 août 2013

25



### SOLIDARITÉ & CONNEXIONS

Les deux raisons principales pour lesquelles on devient membre du Rotary et on y reste sont pour investir dans la collectivité et rencontrer des décideurs partageant les mêmes valeurs. Et vous, pourquoi nous avez-vous rejoint ? Que souhaitez-vous accomplir avec votre club et en tant que Rotarian ?

### NOTRE FORCE COLLECTIVE

Le Rotary rassemble des personnes comme vous, des décideurs engagés sous de beaux drapeaux et professionnels qui souhaitent utiliser leurs compétences pour le bien de la société, des personnes dont les valeurs et le sens des responsabilités les incitent à investir dans leur collectivité, des individus qui n'hésitent pas à s'attaquer aux problématiques les plus difficiles et font preuve de persévérance afin d'être un vecteur de changement à travers le monde.

Ensemble, nous cherchons à développer les talents des jeunes, améliorer les conditions de santé, promouvoir la paix et renforcer les collectivités aux quatre coins du monde.

Nos 1,2 million de membres ont un impact à l'échelle mondiale tel qu'aucun de nous.

Lorsque les Rotariens se rassemblent autour d'une cause, comme par exemple notre initiative PolioPlus, leur impact est prodigieux. Avec le soutien de Rotariens comme vous, nous allons les faire avec la paix.

Vous avez rejoint le Rotary parce que vous voulez passer à l'action, vous vous reconnaissez en notre idéal Servir d'abord, vous êtes attachés au principe de responsabilité sociale, vous souhaitez changer les choses et parce que les domaines dans lesquels nous œuvrons sont importants pour vous.

**Quand 1.2 million de membres coopèrent et utilisent leurs ressources respectives, il devient possible de faire bouger les choses et de fournir de l'eau potable, de lutter contre les maladies et l'illettrisme, et de s'attaquer à d'autres fléaux.**

**Une subvention mondiale dédiée au développement économique et local à Trarzac (France)**  
 d'une partie annuelle de contribution de vêtements cédée par une femme en Inde pour aider les étudiants en situation difficile.  
 Pays : France  
 Rotary Club de Crystal Palace à Trarzac (France) et le district 623 (État-Unis)

**Une subvention mondiale Eau et assainissement à Paris**  
 de fournir des toilettes et des baignoires à 200 familles de jeunes filles à Adana en Turquie ainsi qu'une structure à l'Hygiène et la prévention des maladies.  
 Pays : Turquie  
 Rotary Club d'Adana Calimata (Turquie) et de Pinar (Syrie)

**Une subvention mondiale menée avec l'Association Adapt à Village**  
 à partir de l'envoi d'une salle de classe, de livres, de matériel et de matériel, d'installer un système de collecte des eaux de pluie de façon à ce que les enfants professionnels de ce quartier de santé et de travailler et former 25 groupes de micro-entreprises à Niassa, en Ouganda.  
 Pays : Ouganda  
 Rotary Club de Kampala North (Ouganda) et le district 5340 (État-Unis)

Parlez des réussites de votre club sur <http://blog.rotary.org>.

### LE CRITÈRE DES QUATRE QUESTIONS

- Est-ce VRAI ?
- Est-ce JUSTE ?
- Est-ce source de BONNE VOLONTÉ et d'AMITIÉ ?
- Est-ce ÉQUITABLE ET BÉNÉVOLE pour tous ?

- Paix et prévention / résolution des conflits
- Prévention et traitement des maladies
- Eau et assainissement
- Santé de la mère et de l'enfant
- Alphabétisation et éducation de base
- Développement économique et local

## MULTIPLIEZ PAR 3 L'IMPACT DE VOTRE DON

Le Rotary et la Fondation Bill & Melinda Gates prolongent leur partenariat au cours de la phase finale de l'Initiative mondiale pour l'éradication de la polio.

Découvrez comment votre don peut avoir trois fois plus d'impact.

**INFORMEZ-VOUS**  
 ENDPOLIO.NOW.ORG/FR  
**DONNEZ**  
 ROTARY.ORG/FR/CONTRIBUTE

« LE ROTARY CONTINUE D'ÊTRE LE CŒUR ET LE LIAISON DE L'ÉRADICATION DE LA POLIO. »  
 — Bill Gates, co-président de la Fondation Bill & Melinda Gates

« L'HUMANITÉ NE NOUS PARDONNERAIT JAMAIS DE N'AVOIR PAS RÉUSSI À ÉRADICHER LA POLIO. »  
 — Margaret Chan, directrice générale de l'Organisation mondiale de la Santé

« NOUS TRAVAILLONS AFIN QUE LE VIRUS DE LA POLIO NE SOIT PLUS PRÉSENT QUE DANS LES LIVRES D'HISTOIRES ET NE S'ATTACHE PLUS JAMAIS AUX ENFANTS. »  
 — Dr. Robert S. Smith, président de la commission PolioPlus internationale du Rotary

« NOUS AVONS LA CAPACITÉ DE METTRE À L'ÉPREUVE ENTièrement ÉVITABLE CHAQUE ÊTRE HUMAIN, PARTICULIÈREMENT LES ENFANTS. »  
 — Jeffrey Leach, Directeur exécutif de l'UNICEF

« LA POLIO, OÙ OÙ QUELLE SUBSISTE DANS LE MONDE, CONSTITUE UN RISQUE POUR L'ENSEMBLE DE L'HUMANITÉ. »  
 — Dr. Thomas Frieden, haut dirigeant du CDC d'Atlanta

## L'ENGAGEMENT

De 2013 à 2018, la Fondation Bill & Melinda Gates versera 2 milliards pour tout dollar donné par le Rotary (jusqu'à 35 millions de dollars) à l'Organisation mondiale de la Santé et l'UNICEF pour financer les campagnes de vaccination contre la polio.

VOTRE DON **25USD** + APPORT DE LA FONDATION GATES **50USD**

**DON TOTAL 75USD**

**150** GILETS POUR LES BÉNÉVOLES  
 Ces gilets jaunes permettent aux personnes volontaires de faire vacciner leurs enfants et d'identifier facilement les équipes de vaccination.

**75** PORTE-VACCINS  
 Le porte-vaccin est un petit sac qui permet de transporter les vaccins et les seringues.

**600** TAMPONS ENCREURS À L'ENCRE VIOLETTE  
 La police doit les utiliser pour marquer à l'encre violette afin de montrer qu'ils ont été vaccinés.

## NOUS SOMMES « À ÇA [D'ÉRADIQUER LA POLIO] »

Seuls, trois pays sont encore endémiques :

**1%** LES CAS RESTANTS

sont les plus difficiles à prévenir, car il se situent dans des régions difficiles d'accès.

**PASSEZ À L'ACTION** →



**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
HUNGRY.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

Rotary   
Club [of/at] (Location)

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

### Rotary Food Drive

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 8th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



**CELEBRATE DIVERSE  
PERSPECTIVES.  
DISCOVER SHARED  
INTERESTS.**



### Lisbon 2013

Ea commodo consequat duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulpue velit esse molestie consequat, vel illum doe eu feugiat nulla facilisis te feugait nulla facilisi.

eum iriure dolor in hrerit in vulputate velit esses molestie consequat, velo illum dolore eu feugiat augue duis dolore te estre feugait nulla facilisi.



EXCHANGE IDEAS: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
HUNGRY.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary  
Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary  
Club [City] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
HUNGRY.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary  
Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

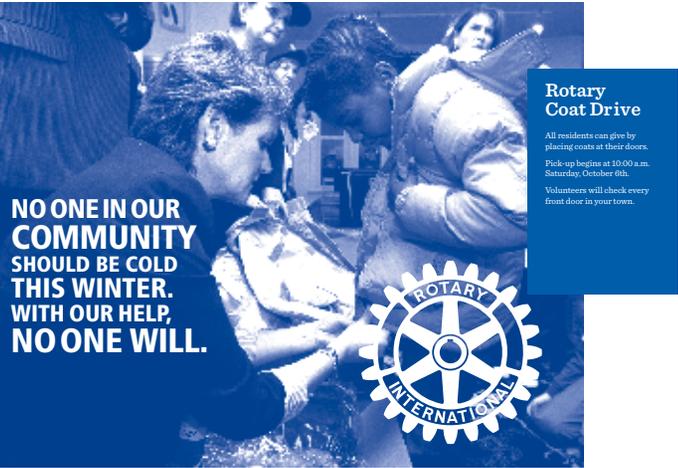
Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary  
Club [City] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD BE COLD  
THIS WINTER.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary  
Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary  
Club [City] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD BE COLD  
THIS WINTER.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary  
Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary  
Club [City] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



# THE ROTARY EFFECT



Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

Lorem ipsum dolorem su in vulpulate velit.



*Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis*

## Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.



Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulpulate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zril delenit augue dui dolore te feugiat nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim.

Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem. Investigationes demonstraverunt lectores legere me lius quod ii legunt.

Claritas est etiam processus dynamicus, qui sequitur mutationem consuetudium lectorum. Mirum est notare quam littera gothica, quam nunc putamus parum claram, anteposuerit litterarum formas humanitatis per seacula quarta decima et quinta decima. Eodem modo typi, qui nunc nobis videntur parum clari, fiant sollemne.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet.



Rotary International  
One Rotary Center  
1560 Sherman Ave.  
Evanston, IL 60201-3698, USA

Tel: +1 866 976-8279 (toll-free)  
Tel: +1 847-866-3000  
Fax: +1 847-328-4101

# THE ROTARY EFFECT



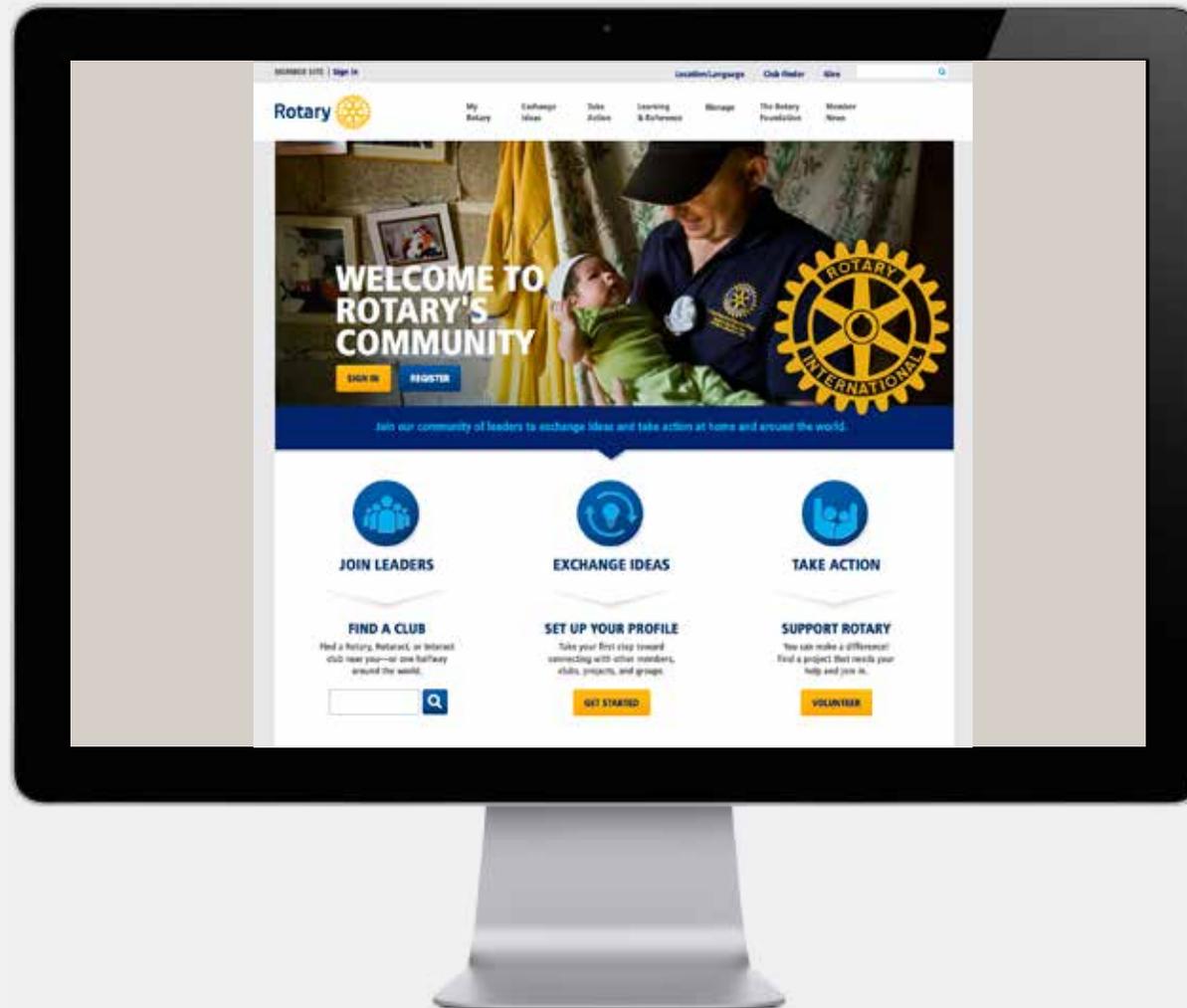
Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

Rotary 

**TAKE ACTION:**  
[www.rotary.org](http://www.rotary.org)

JOIN LEADERS,  
EXCHANGE  
**IDEAS**  
AND TAKE  
ACTION  
FOR COMMUNITY.







# ROTARY LEADER

**POUR LES DISTRICTS**  
Nouvelles subventions :  
êtes-vous prêts ?

**NOTRE FONDATION**  
Avoir un impact mesurable

**QUESTION À UN EXPERT**  
Comment composer une équipe  
de formation professionnelle ?

**L'AVENIR EST LÀ**  
Améliorer la pérennité de vos  
actions

**FORMATION DU CLUB**  
Des subventions de contrepartie  
aux subventions mondiales

Jorge Aufranc (à droite) et son Rotary club  
de Guatemala Sur travaille avec Mirna Pérez  
(à gauche), directrice de Próximos Pasos,  
et utilise les subventions mondiales pour venir  
en aide aux écoles en milieu rural. Découvrez les  
subventions mondiales au Guatemala sur  
[rotary.org/fr](http://rotary.org/fr).

Rotary 

COMMENT...

# TROUVER UN PARTENAIRE DE SUBVENTION



Des Rotariens mozambicains de Maputo étaient à la recherche d'un partenaire international pour financer l'amélioration d'un système d'assainissement et l'installation d'un réservoir dans une école pour un coût de 55 100 dollars. Ils se sont rapprochés de l'équipe de district qui les a orientés vers un club danois.

« Notre club disposait de fonds pour une action de la Fondation, affirme Stein Schierenbeck, membre du club de Skanderborg. Nous trouvons dans un district pilote, nous recherchons un autre district pilote pour monter un dossier de **subvention mondiale**. » Leur démarche auprès de la Fondation a abouti. En outre, les responsables de l'école ainsi que l'entrepreneur ont accepté de s'occuper de l'entretien des installations rendant ainsi l'action pérenne.

## SI VOTRE CLUB OU DISTRICT PEINE À TROUVER UN PARTENAIRE POUR UNE ACTION INTERNATIONALE, ENVISAGEZ LES SOLUTIONS SUIVANTES :

### Réseaux sociaux.

Le **groupe LinkedIn** du Rotary permet aux Rotariens d'échanger des idées et de faire part de leurs besoins. Vous pouvez également utiliser votre page Facebook personnelle ou celle de votre club.

### Gouverneur élu.

L'Assemblée internationale est une excellente occasion de partager des idées d'actions.

### Convention du Rotary.

Demandez aux Rotariens de votre district assistant à la convention d'être sur le qui-vive et d'identifier des partenaires potentiels.

### Foire aux actions.

Ces manifestations annuelles et régionales organisées par des districts du monde entier visent à encourager des collaborations. Contactez [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org) pour obtenir un calendrier de ces foires.

### Internet.

Les plupart des districts ont un site Web qui peut permettre d'identifier des besoins auxquels vous pouvez répondre.

### Site Web du Rotary.

Le nouveau site du Rotary sera bientôt lancé et vous permettra d'établir des liens avec d'autres clubs ou de trouver des ressources. Contactez [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org) pour en savoir plus.

## ROTARY LEADER

Juillet 2013 — Année 4, numéro 1

La publication électronique *Rotary Leader* est publiée à l'intention des dirigeants de club et de district en huit langues (**allemand, anglais, coréen, espagnol, français, italien, japonais et portugais**) par le Rotary International, One Rotary Center, 1560 Sherman Avenue, Evanston, IL 60201-3698, États-Unis.

**Web** [www.rotary.org](http://www.rotary.org) **Fax** +1 847-866-9732 **Téléphone** +1 847-866-3000

**Abonnements** Pour s'abonner gratuitement à *Rotary Leader*, [www.rotary.org/fr/rotaryleader](http://www.rotary.org/fr/rotaryleader).

**Idées d'articles :** *Rotary Leader* accepte les suggestions d'articles sur les réussites de club et de district, les collectes de fonds, les efforts de relations publiques et de recrutement. Faites parvenir une description complète de l'action avec photos numériques couleurs haute-définition ainsi que vos coordonnées à [rotary.leader@rotary.org](mailto:rotary.leader@rotary.org). Aucune garantie de parution ne peut être donnée.

**Directrice de rédaction** Janis Young

**Rédactrice en chef** Janice Chambers

**Mise en page** William Moran

**Ont contribué à ce numéro** Daniela Garcia, Vanessa Glavinskas, Arnold Grahl, Dan Nixon, Antoinette Toscano

**Photos** Alyce Henson, Monika Lozinska

**Révision** Heather Antti, Beth Duncan

**Contrôle qualité** Kelly Doherty, Susan Hyland

**Traduction** Alain Drouot, Frédéric Lahaye, Patrick Lesimple

Copyright © 2013 du Rotary International. Les logos du Rotary International et de *Rotary Leader* sont des marques déposées et la propriété intellectuelle du Rotary International. Tous droits réservés. Les rédacteurs des magazines régionaux et de sites internet sont autorisés à reproduire ces articles.



# NOUS CONTACTER

## **Charte graphique**

Pour des questions générales ou concernant l'achat/téléchargement du nuancier Pantone™ ou l'achat de polices de caractère :

[graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org)

## **Licences**

Pour les fabricants ou distributeurs d'articles revêtant l'emblème du Rotary, y compris les Rotary clubs souhaitant vendre des articles pour collecter des fonds :

[rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org)