

Manuel des normes d'identité mondiale



EGLISE ADVENTISTE
DU SEPTIEME JOUR

Table des matières

■ | | | | | I N T R O D U C T I O N | | | | |

- iv Communiqué du Directeur de Communication
- v Mode d'emploi du présent manuel
- vi Explication du symbole

■ | | | | | L A S I G N A T U R E | | | | |

- 1.1 Vue d'ensemble
- 1.2 Configurations préférées
- 1.3 Configurations alternatives
- 1.4 Espace libre
- 1.5 Identificateurs d'appartenance familiale
- 1.6 Typographie
- 1.7 Mauvais usage
- 1.8 Exceptions aux règles

■ | | | | | L E S C O U L E U R S | | | | |

- 2.1 Vue d'ensemble
- 2.2 Les couleurs officielles
- 2.3 Les couleurs alternatives
- 2.4 Le fond

■ | | | | | L E P A P I E R U T I L I S É | | | | |

- 3.1 Vue d'ensemble
- 3.2 En-tête standard
- 3.2 En-tête avec logo secondaire
- 3.3 Directives concernant la frappe
- 3.3 Le choix du papier
- 3.4 Enveloppe standard
- 3.5 Carte de visite standard
- 3.5 Carte de visite avec logo secondaire
- 3.6 Les adresses

■ | | | | | L E S E N S E I G N E S | | | | |

- 4.1 Vue d'ensemble
- 4.2 Les enseignes architecturales
- 4.2 *Les enseignes de l'Église*
- 4.2 *L'enseigne corporative*

Table des matières

Principe de transactions de l'Église adventiste du 7ème jour

(extrait de la Politique de Travail de la Conférence Générale 1995-1996)

B 80 05 Énoncé de principe — L'Église adventiste du 7ème jour a un intérêt historique, évangélique, et de propriété en matière de transactions, de marques de service, et de marques déposées (globalement dénommé ici "transactions"), mis au point par l'Église et les organisations qui lui sont rattachées. Cette politique s'applique à la Conférence Générale des églises adventistes du 7ème jour, aux divisions et départements mondiaux de la Conférence Générale des églises adventistes du 7ème jour, ainsi qu'aux autres services, organisations et sociétés admis dans l'Annuaire de l'Église adventiste du 7ème jour comme entités liées à la Conférence Générale (dénommés ici sous le terme global de "Conférence Générale"). Le principe s'applique également aux autres entités et organisations qui utilisent les marques déposées appartenant à la Conférence Générale, ou sous le contrôle de celle-ci. Il appartient à la Conférence Générale d'appliquer une politique qui lui octroie le maximum de protection légale aux vues des lois en vigueur, en accord avec les procédures et directives ci-après.

B 80 10 Propriété — Tous droits légaux concernant toute marque déposée utilisée par la Conférence Générale, comme il a été défini, doivent faire l'objet, quant à leur emploi par une entité qui s'y rattache, ou par une fil-

iale, d'une autorisation de la Société de la Conférence Générale, et sont en permanence sujets à l'approbation et à la révision de ladite Société.

B 80 15 Enregistrement et frais —

L'enregistrement des marques déposées s'obtient auprès du Conseil Général du Bureau de la Conférence Générale faisant suite à une action habilitante de la Société de la Conférence Générale. Les frais légaux et les autres dépenses impondérables à l'instauration d'une protection maximale de la marque déposée seront payés en totalité par tout département de la Conférence Générale, filiale, ou organisation affiliée qui a pris l'initiative du processus, ou qui a utilisé la marque déposée, étant entendu que la propriété revient de droit, et en permanence, à la Société de la Conférence Générale.

B 80 20 Utilisation usurpatrice — La responsabilité incombe au Bureau du Conseil Général de surveiller et de déceler toute utilisation usurpatrice de la marque déposée, y compris les recommandations de la Société de la Conférence Générale, en regard d'une quelconque action à prendre, légale ou autre, en vue de protéger les intérêts et droits de propriété de l'Église, ainsi que son renom. L'approbation du Comité Administratif de la Conférence Générale doit être obtenue avant la mise en marche d'une éventuelle action légale.



Introduction

Communiqué du Directeur de Communication

Janvier, 1997

Cher collègue en Christ,
Dans un sens, il s'agit ici, pour nous, d'un nouveau commencement — une nouvelle initiative de communication et une nouvelle vision de notre identité comme église adventiste du 7^{ème} jour. J'ai donc le plaisir de vous présenter le manuel officiel des normes graphiques concernant le nouveau logo de notre église. Nous, en tant qu'adventistes, devons être connus pour la cause que nous défendons et la façon dont nous identifions notre foi et notre mission. Le logo est un symbole et un message. Nous voudrions être perçus comme une église chrétienne, dont le nom est clairement énoncé. Ces symboles en disent long.

Ce manuel est accompagné d'un paquet de matériels, dont une vidéo de présentation, un CD-ROM et des disquettes d'ordinateur. Ces matériels devraient fournir toutes les informations requises concernant les nombreuses et différentes manières d'utiliser notre nouveau logo. Mais votre réception de ces matériels implique également que

tous les matériels de logo antérieurs, éventuellement en votre possession, tel que le manuel des normes graphiques interim, sont maintenant

caducs. Ce paquet de matériels, pour ainsi dire, a le premier et le dernier mot concernant le nouveau logo et son utilisation multiple dans l'Église.

Il est très important de noter que si vous avez reçu le présent paquet, alors, vous-même et l'organisation pour laquelle vous travaillez êtes considérés comme des entités officielles rattachées à l'Église adventiste du 7^{ème} jour, et avez l'autorisation d'utiliser le logo conformément à ses normes graphiques. Ce paquet d'informations ne doit pas faire l'objet de vente ou de don à une autre personne ou organisation non considérée comme entité officielle de l'église. Les entités non affiliées à l'église, lesquelles souhaitent utiliser le nouveau logo, doivent être pourvues d'une licence délivrée par la Conférence Générale. Pour plus de détails sur les licences et les marques déposées de l'Église adventiste du 7^{ème} jour, je vous renvoie aux pages 75-78 du Manuel de travail de la Conférence Générale. Pour votre commodité, une partie importante de ce manuel de travail a été reproduite dans ce paquet.

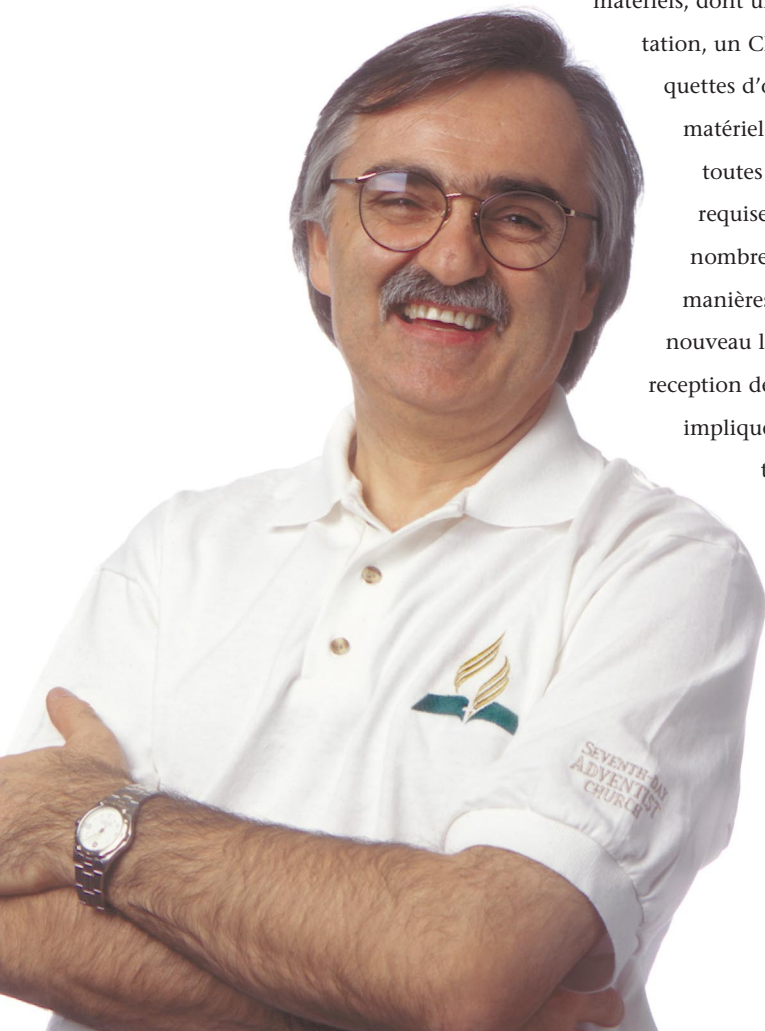
La présente identité corporative de l'Église adventiste du 7^{ème} jour reflète notre conviction profonde et indéfectible selon laquelle Jésus Christ est le centre de notre vie et de notre foi. Ma prière est que la présente représentation graphique de ce que nous sommes soit utilisée partout dans le monde comme symbole familier de notre Église et de ses valeurs.

Bien à vous pour la communication de l'espoir,



Rajmund Dabrowski

*Directeur du Département de la Communication,
Conférence Générale*



Mode d'emploi

Le but ultime du présent manuel est de s'assurer que l'Église soit identifiée de façon consistante et claire, et de manière à communiquer positivement notre mission et notre esprit dans les années à venir.

Nous sommes constamment bombardés par une avalanche d'images criardes qui cherchent à accrocher notre attention. En tant qu'église, c'est pour nous un défi sans cesse croissant que d'établir la distinction entre notre message et celui de la foule. La solution ne consiste pas à crier plus fort que les autres, mais d'assurer une communication efficace au moyen d'une "voix" forte et unifiée. Quand toutes les entités de notre famille diversifiée présentent la même identité visuelle, notre "voix" unifiée aura beaucoup plus de visibilité et d'impact, et sera plus vite reconnue. Il en résulte que notre message sera beaucoup plus efficace.

Cependant, il ne suffit pas simplement d'avoir un logo. Une application faite au petit bonheur et des interprétations variées du motif peuvent causer de la confusion et engendrer plus de mal que de bien.. Pour être efficace, le logo doit être utilisé avec consistance dans les limites des critères fournis dans le présent manuel. Ces critères ont été soigneusement conçus pour donner un système d'identification visuel strictement contrôlé pour en assurer la continuité, tout en laissant une marge de flexibilité et de créativité pour les situations particulières.

Le présent manuel devrait être utilisé comme référence concernant le motif chaque fois que le logo est employé, que ce soit sur le papier ou dans le World Wide Web. Quand les lignes directives sont soigneusement suivies, vos communications auront l'avantage d'être reconnues comme faisant partie de la famille mondiale de l'Église et aideront aussi à intensifier la force et l'intégrité du système d'identité.

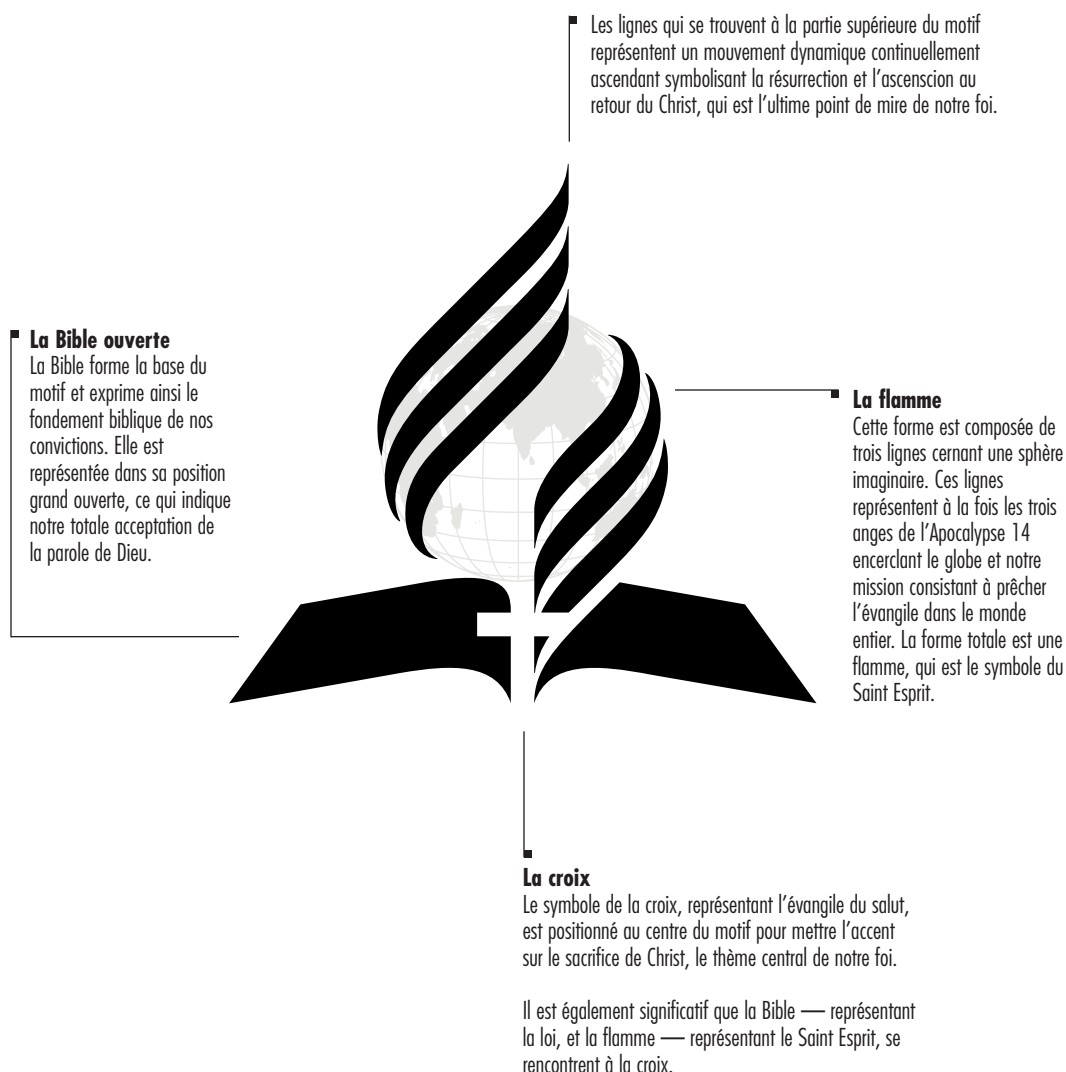
Dans le présent manuel, on verra des directives très spécifiques concernant les applications communes à faire, sur papier par exemple.

Cependant, on rencontrera beaucoup de situations non spécifiquement mentionnées ici. Les indications de couleur, de typographie, de dimension et d'espacement relatifs données ici devraient servir de guide dans des cas pareils. Pour les circonstances spéciales qui nécessitent une divergence par rapport aux directives données, il serait de bon ton que vous consultiez le personnel du Département de la Communication de la Conférence Générale. Naturellement, suivant le principe directeur, toute application devrait viser à projeter une image chrétienne positive et à éviter tout traitement passible d'affaiblir ou de déformer la force visuelle de cette identité.

Mais si le manuel s'efforce de simplifier le processus d'utilisation du programme d'identité, il ne doit cependant pas être considéré comme un substitut à une assistance professionnelle compétente. Il est très important de travailler étroitement avec les concepteurs, les consultants, les agences, les imprimeurs, et les peintres d'enseignes, et de leur permettre un accès facile aux informations contenues dans ce manuel.

Tout compte fait, la valeur de notre identité dépend entièrement de la façon dont nous l'utilisons sous ses formes multiples. Sa valeur augmente dans la mesure où elle est associée à des expériences positives, et une reconnaissance grandissante lui fera acquérir de l'équité.

Bryan Gray, concepteur
bryan@gray1.com



Explication du symbole

Le symbole graphique est la partie la plus évidente de la signature, et la plus facile à identifier. Par un usage consistant, le symbole devient lui-même un synonyme de “adventiste du 7ème jour.”

Il est conçu pour être beaucoup plus qu'une collection de références symbol-

iques. Le motif, pris dans son ensemble, vise à refléter l'esprit et le caractère de notre église dynamique et grandissante.

Cependant, les éléments particuliers qui composent l'ensemble du motif ont été soigneusement sélectionnés pour représenter les convictions et la mission de l'église.

La signature se compose de deux parties: le logotype, formé par les mots “Église adventiste du 7ème jour,” et le symbole graphique.

Les directives ci-après décrivent les différentes manières dont la signature devrait, ou ne devrait pas, être utilisée. Il est très important que ces directives soient soigneusement appliquées pour assurer la continuité de la signature toutes les fois qu’on l’utilise.

Signature

Voici la configuration préférée de la signature, lorsqu'elle apparaît en trois lignes:



Voici la configuration préférée de la signature, lorsqu'elle apparaît en deux lignes:



La configuration préférée en une ligne est la suivante:



Les configurations préférées

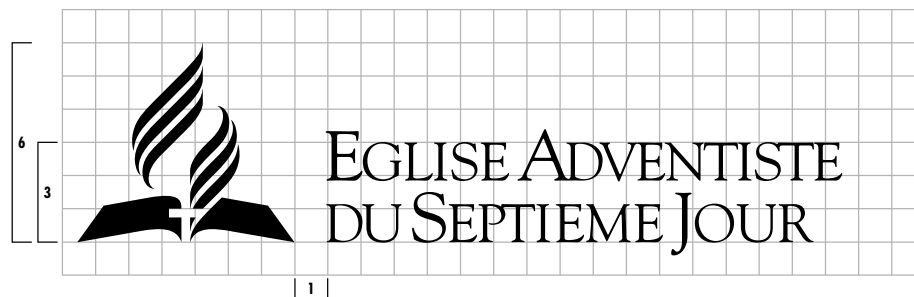
Il y a trois configurations préférées sous lesquelles la signature peut apparaître avec le logotype: en une, deux ou trois lignes. Une de ces trois versions devrait être utilisée toutes les fois que possible.

L'art de reproduction fourni avec le manuel doit être appliqué pour assurer

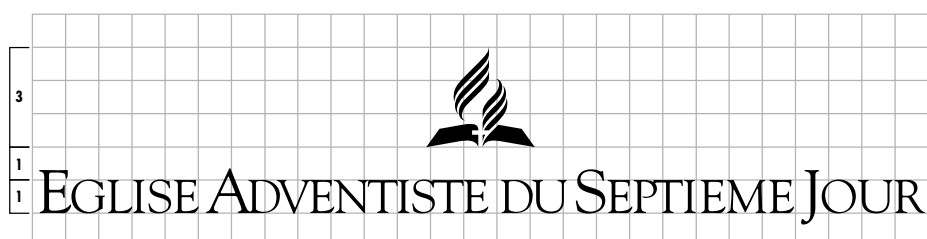
l'espacement et les proportions corrects.

S'il n'est pas possible d'obtenir le dessin modèle, ou si l'application n'est pas pratique, le système de grille peut être utilisé pour guider l'emplacement des éléments du logo.

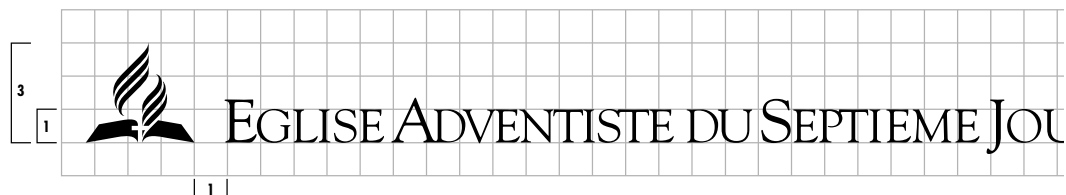
Voici la configuration alternative de la signature en deux lignes et justifiée à gauche:



La suivante est la configuration alternative en une ligne, centrée, et qui donne plus de prééminence au nom.



Voici une configuration alternative, toute horizontale, destinée aux applications comportant peu d'espace vertical.



Les configurations alternatives

Ces trois configurations alternatives peuvent être utilisées pour des applications où les contraintes d'espace, ou autres considérations, empêchent l'usage des configurations préférées.

Dans les situations exceptionnelles, il se peut qu'il soit nécessaire de consulter le personnel du Département de la Communication de la Conférence Générale.

Un espace libre au moins équivalent à la hauteur du "S" de "Septième" devrait être aménagé tout autour du logo.

Aucun élément graphique ou textuel, autre que l'identificateur d'appartenance, ne doit figurer dans cet endroit.



Espace libre

Pour s'assurer que la signature maintienne sa lisibilité et son intégrité dans chaque cadre où elle se trouve, elle doit être entourée d'un espace qui ne contiendra pas de texte, ni d'éléments graphiques gênants.

L'œil de caractère choisi pour les identificateurs d'appartenance familiale est le *Futura Condensed Bold* ou *Bold Oblique*.

La taille des caractères doit être toujours plus petite que celle du logotype principal.

En règle générale, quand elle est utilisée avec une configuration centrée, l'identificateur d'appartenance doit être centré sous le logotype. On peut tracer une ligne horizontale très fine pour les séparer.

N.B.
Des directives plus spécifiques concernant les applications sur papier sont visibles en pages 3.2-3.5.

Quand une justification à gauche est utilisée pour le logotype, l'identificateur de famille doit être aligné avec le côté gauche du logotype.



EGLISE ADVENTISTE DU SEPTIEME JOUR

Division Afrique-Océan Indien



EGLISE ADVENTISTE
DU SEPTIEME JOUR

Division Afrique-Océan Indien

Identificateurs d'appartenance familiale

Dans beaucoup de cas, le nom de l'organisation, la division par exemple, devra être rattaché à la signature principale.

Il est très important que l'identificateur d'appartenance soit positionné de telle

manière qu'il agrmente la signature, au lieu de gêner, ou bien, de gâcher le symbole ou le logotype.

Le logotype

Le logotype officiel est le Goudy Oldstyle, en majuscules, les lettres initiales étant plus grandes que les autres de 30% environ.

Les espaces entre les lettres (espacement) et entre les lignes doivent toujours se conformer aux exemples donnés en pages 1.2 et 1.3.

Les identificateurs d'appartenance

Le Futura Condensed Bold ou Bold Oblique devrait être utilisé pour les identificateurs de famille, comme le nom d'une division..

Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

Nom d'un département

Pour le nom de département, il faudrait utiliser le Futura Condensed Bold majuscule et minuscule

Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

Nom d'un département

Pour le nom de département, il faudrait utiliser le Futura Condensed Bold majuscule et minuscule

Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

N.B.

Des directives typographiques plus détaillées concernant les applications sur papier sont données en pages 3.2-3.5.

EGLISE ADVENTISTE DU SEPTIEME JOUR

Conférence Générale**Département de la Communication**

12501 Old Columbia Pike, Silver Spring, Maryland 20904-6600

La typographie

La typographie joue un rôle important pour établir et maintenir une image forte et consistante. La typographie comporte non seulement la fonte, mais aussi la grosseur relative, la pression et l'espacement des lettres.



N'ajoutez aucun élément graphique ni au symbole ni au logotype à l'intérieur de la surface immédiate d'isolation. (voir page 2.6)



EGLISE ADVENTISTE DU SEPTIEME JOUR



N'utilisez jamais un fond dont la structure peut gêner la lisibilité.



Ne jamais substituer au logotype officiel un oeil de caractère ou style différent.



Église Adventiste du 7ème jour



Ne jamais substituer au nom complet des initiales ou autres titres.



Mauvais usage

Afin de maintenir l'intégrité de la signature, il est important d'éviter tout usage tendant à affaiblir ou à déformer la force visuelle de celle-ci.

Les exemples ci-dessus montrent les mauvaises applications habituellement commises dans l'emploi de notre identité. Elles doivent être évitées en tout temps.

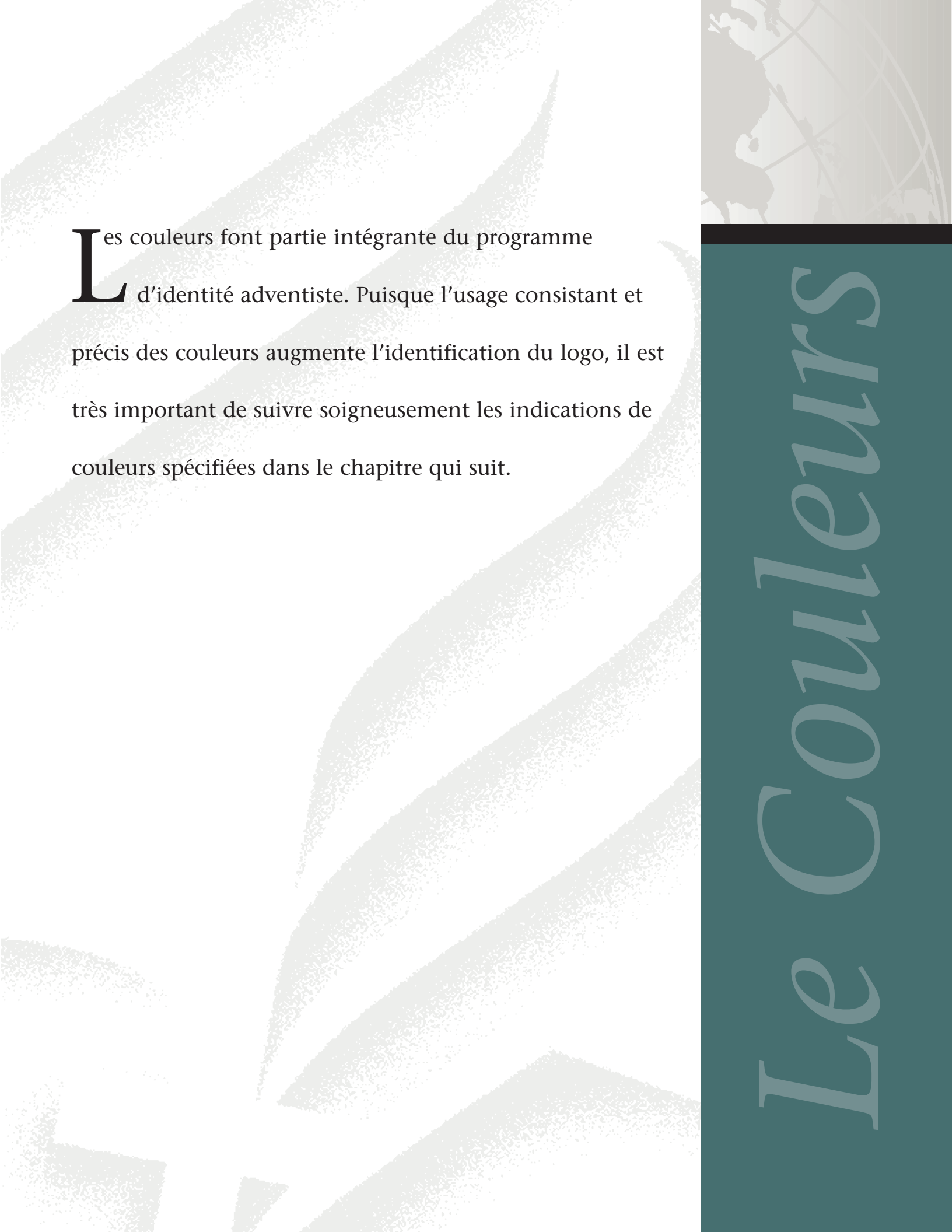
Ci-contre: un exemple d'usage décoratif du symbole.



Exceptions aux règles

Une certaine latitude créative est permise pour les applications décoratives du symbole, telle la structure du fond, pourvu que les conditions suivantes soient respectées:

- L'application décorative doit toujours apparaître conjointement avec la configuration standard de la signature telle qu'elle a été prescrite dans le présent manuel.
- La forme de base du symbole ne doit être ni modifiée, ni déformée.
- On ne doit, ni ajouter, ni enlever quoi que ce soit aux éléments du symbole.
- Le symbole ne doit, en aucun cas, faire l'objet d'une modification qui puisse changer le symbolisme du motif.



Les couleurs font partie intégrante du programme d'identité adventiste. Puisque l'usage consistant et précis des couleurs augmente l'identification du logo, il est très important de suivre soigneusement les indications de couleurs spécifiées dans le chapitre qui suit.

Le Couleurs

Les spécimens de couleurs sont indiqués à la fin de ce manuel. Toutes les reproductions de la signature doivent s'avoiser le plus possible de ces spécimens de couleurs.

A la place des couleurs de la Conférence Générale ci-indiquées, il vous est possible d'utiliser les couleurs PANTONE® ou les couleurs de quadrichromie (cyan, magenta, jaune, noir) sous-référencées, à indiquer à votre imprimeur ou aux autres fournisseurs. Pour les Couleurs Standards Unies PANTONE, référez-vous à la dernière édition de Guide et Formule des Couleurs PANTONE.

Pour le DORÉ CG

utilisez le PMS No 1245

ou

0% cyan

27% magenta

100% jaune

18% noir

Pour le VERT CG

sur papier peint

utilisez le PMS No 5477

ou

60% cyan

0% magenta

30% jaune

72% noir

sur papier non peint

utilisez le PMS No 5535

ou

87% cyan

0% magenta

72% jaune

79% noir

Pour le GRIS CG

utilisez PMS No 402

ou

0% cyan

6% magenta

15% jaune

34% noir

*La couleur DORÉ CG peut être, selon le goût, remplacée par une autre couleur métallique dorée du même ton.

DORÉ CG*

VERT CG

GRIS CG



EGLISE ADVENTISTE DU SEPTIEME JOUR

Les couleurs officielles

Cette version à trois couleurs (VERT CG pour la Bible, DORÉ CG pour la flamme, et GRIS CG pour le logotype) est le modèle officiel concernant les couleurs.

Ces couleurs doivent être reproduites aussi fidèlement que possible, indépendamment des matières ou du milieu sur lesquels

la signature est reproduite. Pour les tirages d'imprimés, travaillez toujours en étroite collaboration avec votre imprimeur afin d'obtenir le meilleur assortissement de couleurs pour le type de papier et pour le procédé d'impression utilisés.

Variantes acceptables

Pour les cas où il s'avère nécessaire de s'écarter du modèle préféré pour la combinaison des couleurs, les variantes suivantes peuvent être acceptées:

version à 2 tons plus noir

Si c'est nécessaire, il est tout à fait acceptable d'employer un noir uni à la place du GRIS CG du logotype.

à deux tons

Quand on ne dispose que de deux couleurs, le symbole tout entier devrait être d'un VERT CG et le logotype d'un GRIS CG ou d'un noir uni.

Si une application est limitée au noir et à une deuxième couleur autre que le VERT CG officiel, la signature tout entière doit être en noir uni. Gardez-vous de ne peindre aucune partie de la signature en couleurs tamisées (non unies).

à 1 ton

Le VERT CG, le GRIS CG, le DORÉ CG ou le noir uni peuvent tous être utilisés pour la signature entière si c'est nécessaire.

Quand une couleur autre que celles qui sont approuvées est la seule couleur disponible, la couleur unie peut être utilisée pour tout le symbole et le logotype.

Gardez-vous de ne peindre aucune partie de la signature en couleurs non unies.



Symbole: DORÉ CG / VERT CG **Logotype:** noir uni



Symbole: VERT CG **Logotype:** GRIS CG



Symbole: VERT CG **Logotype:** noir uni



Symbole et Logotype: VERT CG



Symbole et Logotype: DORÉ CG



Symbole et Logotype: GRIS CG



Symbole et Logotype: noir uni

Les couleurs alternatives

Ces combinaisons alternatives de couleurs sont données pour accommoder les applications comportant des ressources limitées ou pour des contraintes de motif. Elles ne seront utilisées que très rarement.

Les autres matériaux

Il est permis de reproduire le symbole dans les couleurs naturelles des matériaux tels que le bronze, la pierre, le verre, ou le bois, pour les enseignes ou les applications décoratives.

Le VERT CG peut être utilisé comme fond, la signature étant en blanc ou DORÉ CG.



Le noir uni peut aussi être utilisé comme fond, la signature étant en blanc ou DORÉ CG.



Le GRIS CG ou les autres nuances neutres peut/peuvent être utilisé(es) comme fond, avec la signature en blanc ou en noir. Cependant, il faut faire très attention, pour qu'un contraste suffisant entre la signature et le fond soit assuré, afin de permettre une bonne lisibilité.



Le DORÉ CG doit être évité pour les fonds au ton intermédiaire, tel que le gris, parce que le contraste en sera très faible.

Les fonds

Le meilleur fond qui sied à la signature est le blanc, ou bien une nuance neutre très claire. **Ne jamais appliquer la version toutes couleurs de la signature sur fond coloré.** Quand un fond en couleur ne peut être évité — telles les couleurs pastel clair de certains formulaires de bureau —

la signature doit être en noir uni.

Les fonds présentés ci-après peuvent être utilisés pour une signature blanche, noire ou dorée CG, pourvu que le fond donne un contraste assez net pour assurer une bonne visibilité.

Le papier à utiliser est au centre du programme d'identité, et joue un rôle important dans la projection d'une image positive de l'église. La clarté et la force de ladite image dépend de l'application soigneuse et consistante des directives qui suivent.

Le papier

Description des en-têtes

Symbole

Couleur: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG

Grandeur: Hauteur totale=2.1 cm

Logotype

Grandeur: Hauteur totale=1.5 cm

Identificateur d'appartenance familiale

Oeil de caractère: Futura Condensed Bold Oblique

Grandeur: 8 points

Département

Couleur: GRIS CG

Oeil de caractère: Futura Condensed Bold

Grandeur: 8 points

Les adresses

Couleur: GRIS CG

Oeil de caractère: Futura Condensed Light

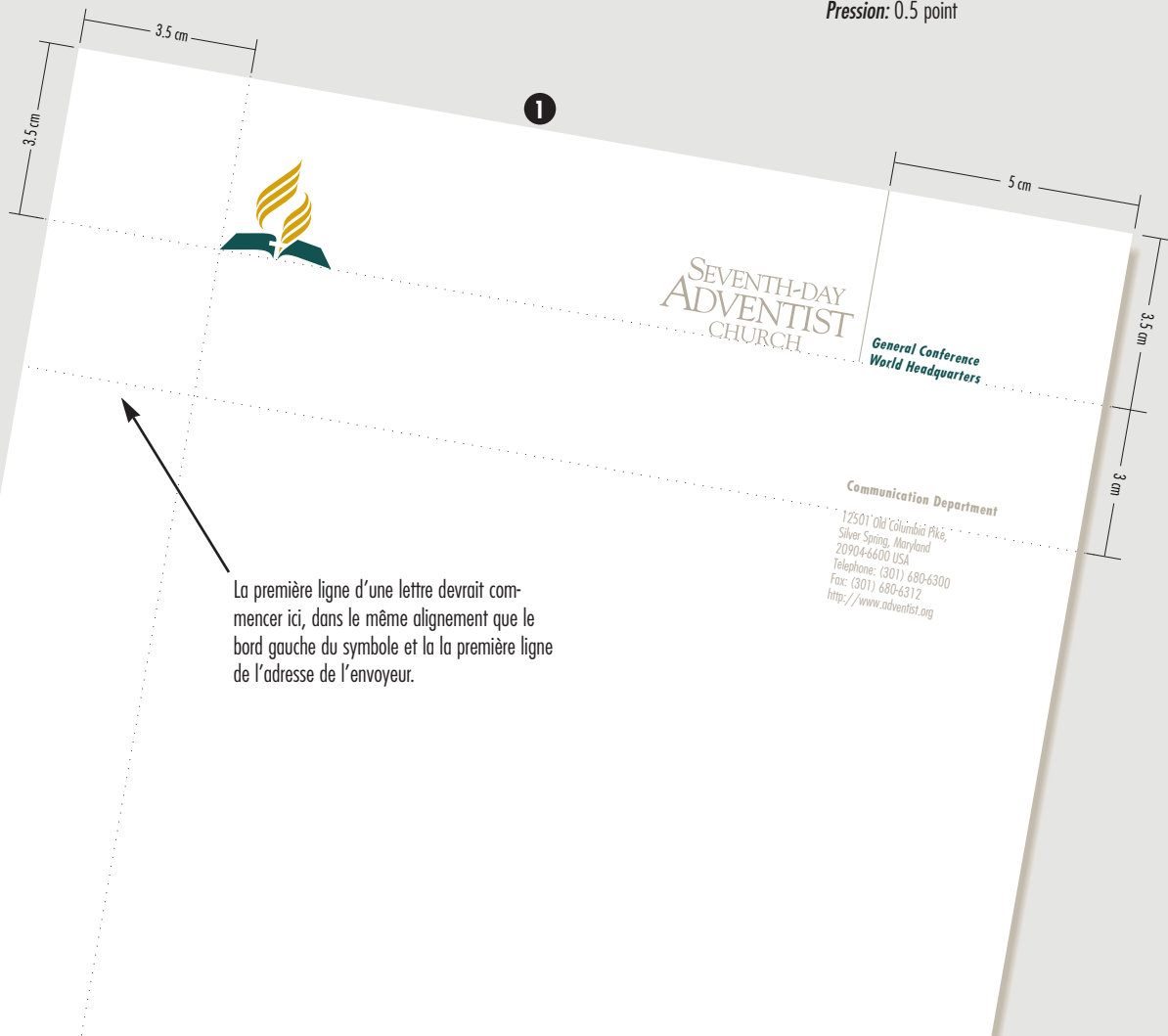
Grandeur: 8 points

La règle verticale

Couleur: GRIS CG

Pression: 0.5 point

Les mesures suivantes indiquées sont à utiliser pour positionner les éléments en rapport avec les coins gauche et droit au haut de la page, pour les en-têtes de toutes les dimensions.



La première ligne d'une lettre devrait commencer ici, dans le même alignement que le bord gauche du symbole et la première ligne de l'adresse de l'expéditeur.

1

En-tête standard

2

En-tête avec logo secondaire

Le format de l'en-tête est fait pour correspondre à une variété de dimensions de papier, y compris les dimensions classiques en usage en Europe, ou celles utilisées pour les correspondances administratives aux États-Unis. Les distances partant du haut, de la gauche et de la droite restent les mêmes, indépendamment de la grandeur de la page.

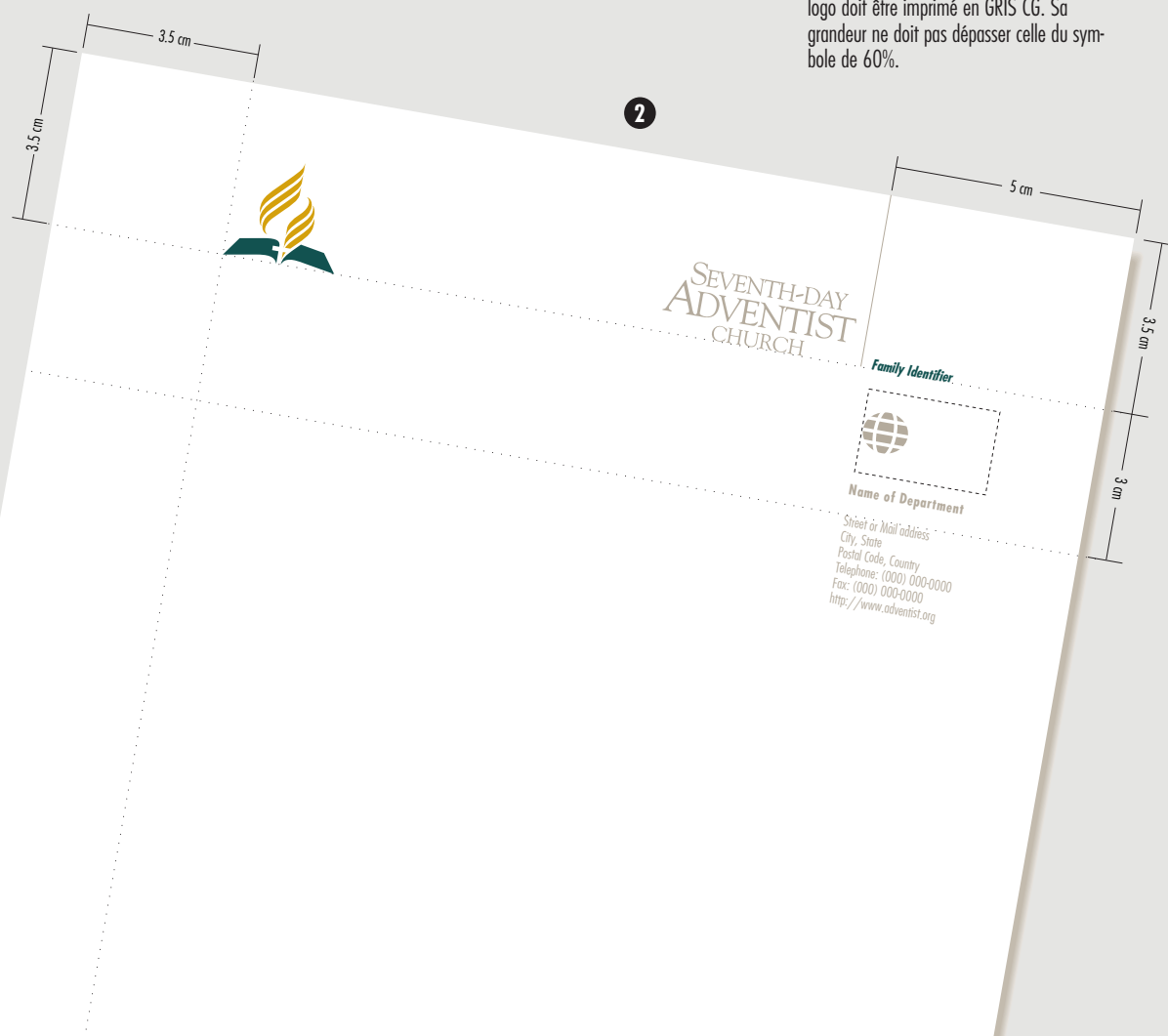
Le nombre des lignes de l'adresse du correspondant varie, et peut s'étendre vers le

bas, mais la position de l'adresse du haut reste la même.

Logo secondaire

Quand un logo secondaire s'avère nécessaire, on peut le placer à l'intérieur de l'en-droit délimité par les pointillés. Le logo secondaire, ne doit **pas dépasser de 60%** la grandeur du symbole. L'impression d'un logo secondaire ne peut se faire qu'avec le GRIS CG.

Les logos secondaires ne peuvent être placés qu'à l'intérieur de la surface délimitée par les pointillés (le pointillé ne s'imprime pas). Le logo doit être imprimé en GRIS CG. Sa grandeur ne doit pas dépasser celle du symbole de 60%.



Directives pour la frappe

La marge de gauche doit se trouver dans l'alignement du bord gauche du symbole. La ligne supérieure de l'adresse de l'envoyeur sert de point de repère à la première ligne de la lettre.

Le choix du papier

Du fait qu'on peut l'obtenir partout, et de par l'image immaculée et professionnelle

qu'il projette, le blanc est la seule couleur admise par l'Église Adventiste du 7ème jour en matière de papier. Evitez le crème, le beige, ou tout autre nuance.

Il n'est pas difficile d'obtenir le papier filigrané usuel. Contactez le Département de la Communication de la Conférence Générale.

Description des enveloppes

La signature (symbole et logotype)

Couleurs: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG, Logotype=GRIS CG

Grandeur: Hauteur totale = 2.5 cm

Identificateur d'appartenance familiale

Couleur: VERT CG

Oeil de caractère: Futura Condensed Bold Oblique

Grandeur: 8 points

Département

Couleur: GRIS CG

Caractère: Futura Condensed Bold

Grandeur: 8 points

Adresse

Couleur: GRIS CG

Caractère: Futura Condensed Light

Grandeur: 8 points

On devrait se référer aux indications de mesures suivantes pour positionner les éléments par rapport au coin supérieur gauches des enveloppes.



Enveloppes standard

Bien qu'il y ait une grande variété d'enveloppes au point de vue genre et grandeur, les indications de mesures ci-dessus doivent être utilisées pour positionner de manière précise la signature et l'adresse par rapport

au coin supérieur gauche de la plupart des enveloppes administratives de grandeur standard.

Les logos secondaires ne doivent pas figurer sur les enveloppes.

Description spécifique des cartes de visite

Signature (symbole et logotype)

Couleurs: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG

Grandeur: Hauteur totale = 2,5 cm

Identificateur d'appartenance

Couleur: VERT CG

Caractère: Futura Condensed Bold Oblique

Grandeur: 7 points

Nom/Titre

Couleur: GRIS CG

Caractère: Nom: Futura Condensed Bold

Titre: Futura Condensed Light Oblique

Grandeur: 8 points

Département

Couleur: GRIS CG

Caractère: Futura Condensed Bold

Grandeur: 7 points

Adresse, téléphone, etc.

Couleur: GRIS CG

Caractère: Futura Condensed Light

Grandeur: 7 points

Règle verticale

Couleur: GRIS CG

Pression: 0,5 point

Logo secondaire

Couleur: GRIS CG

Grandeur: ne dépasse pas, en grandeur, de 60%, le symbole de l'Église Adventiste du 7ème jour



Marge minimale à partir du bas
et du bord droit = 0,4 cm



Marge minimale à partir du bas et
du bord droit = 0,4 cm

1 Carte de visite format standard

2 Carte de visite avec logo secondaire

Les indications de mesures données ci-dessus s'appliquent au format standard aussi bien américain qu'européen concernant les cartes de visite.

Les informations sur les correspondants (adresse, téléphone, etc.) peuvent être arrangées en deux colonnes (voir échantillon No 1 ci-dessus), ou en une colonne (échantillon No 2). On doit faire preuve de flexibilité concernant l'espace compris entre

l'identificateur d'appartenance et le nom du département pour permettre les suppléments de lignes pour les adresses.

Logo secondaire

Quand un logo secondaire est nécessaire, il doit être positionné à l'intérieur de la surface délimitée par les pointillés. Le logo secondaire **ne doit pas dépasser de 60%** la grandeur du symbole. **Un logo supplémentaire ne doit s'imprimer qu'avec le GRIS CG.**



Le libellé des adresses

Aucune directive spécifique n'est requise concernant les libellés des adresses puisque les besoins de chacun changent d'un individu à l'autre. L'exemple donné ci-dessus est

le format proposé. Le patron de ce motif se trouve dans le CD du paquet contenant les ressources sur Identité.

L'image visuelle le plus souvent vue et connue par le public est l'enseigne extérieure des églises et des bureaux. Toute enseigne doit se conformer à la totalité des directives contenues dans ce manuel en vue de préserver l'intégrité du programme d'identification. Il est important de mettre sur pied un système de signalisation homogène qui projette une image positive et qui rehausse l'identification du nom à travers un usage consistant. Tandis que les conditions requises pour les enseignes ne sont pas imposées dans le présent manuel, les exemples ci-après constituent les motifs recommandés que chacun peut adapter à ses besoins.

Les enseignes d'église

Ci-contre: un exemple de format simple de boutisse qu'on peut utiliser pour différentes structures d'enseignes.



Ci-contre: un exemple de structure plus élaborée, à l'allure d'un monument, pareille à l'enseigne corporative.



Enseigne corporative

Cet exemple est suggéré pour l'environnement corporatif, tel que pour le Siège de la Division.



Enseigne architecturale

Les exemples sus-cités sont des formats d'enseignes, recommandés pour les églises locales, ou les bureaux corporatifs.

On doit reconnaître que beaucoup de situations particulières requièrent des solutions concertées. Chaque Division ou Union devrait définir, selon ses besoins,

une stratégie commune concernant les enseignes.

Toute enseigne — indépendamment du format — doit se conformer aux spécificités d'identification générale indiquées dans le présent manuel.

Image corporative de la Conférence Générale et comité de création

Gerry D. Karst, *Président*

Rajmund Dobrowski, *Secrétaire*

T. Lynn Caldwell

Gary Patterson

Donald Robinson

Elaine Robinson

Création

Bryan Gray

Coordinateur de projet pour l'image corporative

T. Lynn Caldwell

Production "Un peuple d'espoir"

Tous droits réservés 1996

Département de la Communication à la Conférence Générale

12501 Old Columbia Pike

Silver Spring, Maryland USA 20904

Tél 301 680 6300

Fax 301 680 6312

Imprimé aux USA