Guide de marque

Scouts du Canada

Notre identité est une représentation unique de nous-mêmes, de chaque scout·e jusqu'à chaque bénévole de longue date qui continue d’incarner l’expérience scoute à travers le Canada francophone. Enchevêtrée dans tout ce que nous faisons, notre identité est vibrante, agile, expressive et donne vie à notre marque. Utilisez-la pour communiquer authentiquement qui nous sommes au reste du monde.

Organisation Mondiale du Mouvement Scout — OMMS

vue d'ensemble de la marque

01

Introduction

Bienvenue dans le guide de la marque de l’Association des Scouts du Canada.

En 2022, l’ASC a lancé sa nouvelle identité visuelle. Trois ans plus tard, nous pensons que le moment est opportun d’effectuer de légers ajustements afin de mieux servir notre marque et nos membres sur le terrain, ainsi que de nous aligner avec la vision proposée par l’OMMS en juillet 2024.

Ce nouveau guide, qui est de concordance avec notre désir d'être un mouvement respectueux de l'environnement et inclusif, limite la production de nouveaux produits dérivés, permettant ainsi à ceux qui ont déjà été produits d’être toujours d’actualité. En vous partageant ce produit bonifié, nous espérons élargir les possibilités dont vous disposerez pour faire briller notre image tout en vous guidant sur les bonnes façons de l’utiliser. Une image uniforme est plus inspirante et plus puissante pour notre communauté. Il est de notre devoir de la préserver.

Nous espérons que les modifications apportées sauront vous inspirer et restons disponibles pour vous accompagner et répondre à vos questions.

Notre identité

Le Canada compte exceptionnellement deux organisations scoutes nationales reconnues par l’Organisation Mondiale du Mouvement Scout (OMMS) : l’Association des Scouts du Canada (ASC) et Scouts Canada.

Cette spécificité est entérinée par une entente appelée Ensemble–Together, signée par l’Association des Scouts du Canada et Scouts Canada en 1967, puis actualisée en 2012.

Aujourd’hui, les deux organisations nationales sont toujours indépendantes, bien qu'elle travaillent aussi de concert sur de nombreux dossiers et entretiennent un comité permanent de collaboration. L’ASC est composée de 11 districts à travers le Canada et représente plus de 12 000 jeunes réparti·e·s dans 6 provinces.

Notre mission

Soutenir la jeunesse francophone du Canada dans leur épanouissement et leur développement intégral, afin que chaque jeune ait les outils pour mener un changement positif dans sa communauté.

Nos valeurs



Confiance
Je crois en moi, j’apprends à compter sur les autres et je mérite la confiance



Respect
Je fais preuve de respect envers moi-même, les autres et l’environnement



Dépassement
Je progresse avec enthousiasme et créativité en cherchant à me dépasser



Justice
J’agis avec les autres pour un monde ouvert, juste et solidaire

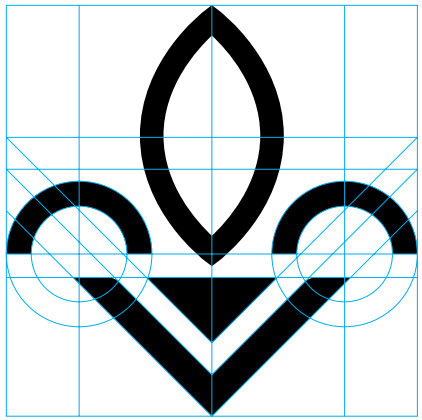
logotype

02

LOGO PRIMAIRE

Notre logo est inspiré de l'emblème du Scoutisme Mondial, un symbole partagé par les scout·e·s du monde entier et l'insigne scout original.. Il a été simplifié, modernisé et combiné avec un autre symbole scout très important : le foulard. Cela rend notre logo unique, rappelant notre association à l'organisation mondiale du mouvement scout, tout en célébrant l'identité propre de l'Association des Scouts du Canada.

Le logo de l'Association des Scouts du Canada est composé de deux éléments : un symbole et un mot-symbole. La taille et la position de ces deux éléments sont fixes, mais ils peuvent être utilisés séparément pour des applications spécifiques. Cela garantit une flexibilité maximale à notre logo.



Scouts
du Canada

symbole

Le symbole peut être utilisé comme abréviation de logo pour certaines applications, comme favoricône par exemple.

mot-symbole

On doit s'assurer que le mot-symbole soit lisible lorsqu'on utilise notre logo (portez une attention particulière au mot *Canada*)

⚠ IMPORTANT

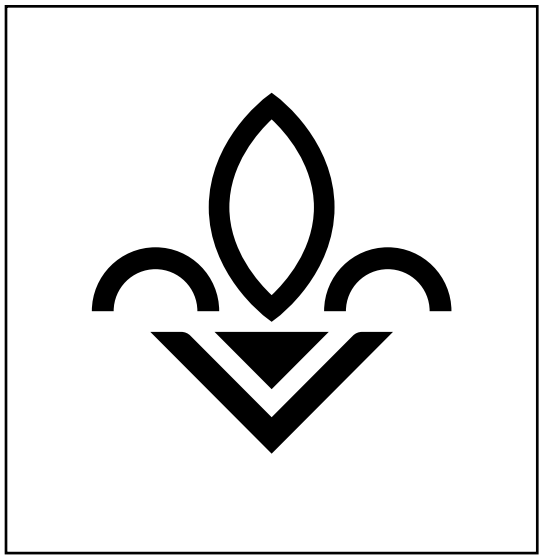
Lorsque l'appliquation le permet, on privilégie l'utilisation du logo primaire incluant le symbole et le mot-symbole

Utilisez toujours les éléments graphiques fournis.
Ne reproduisez ni n'adaptez jamais la version abrégée du logo.

LOGOS SECONDAIRES

Plusieurs variantes du logotype de l'Association des Scouts du Canada sont disponibles afin d'optimiser son utilisation dans des communications de différents formats.

↗ Pour télécharger le logo de l'ASC





Scouts du Canada

⚠ IMPORTANT

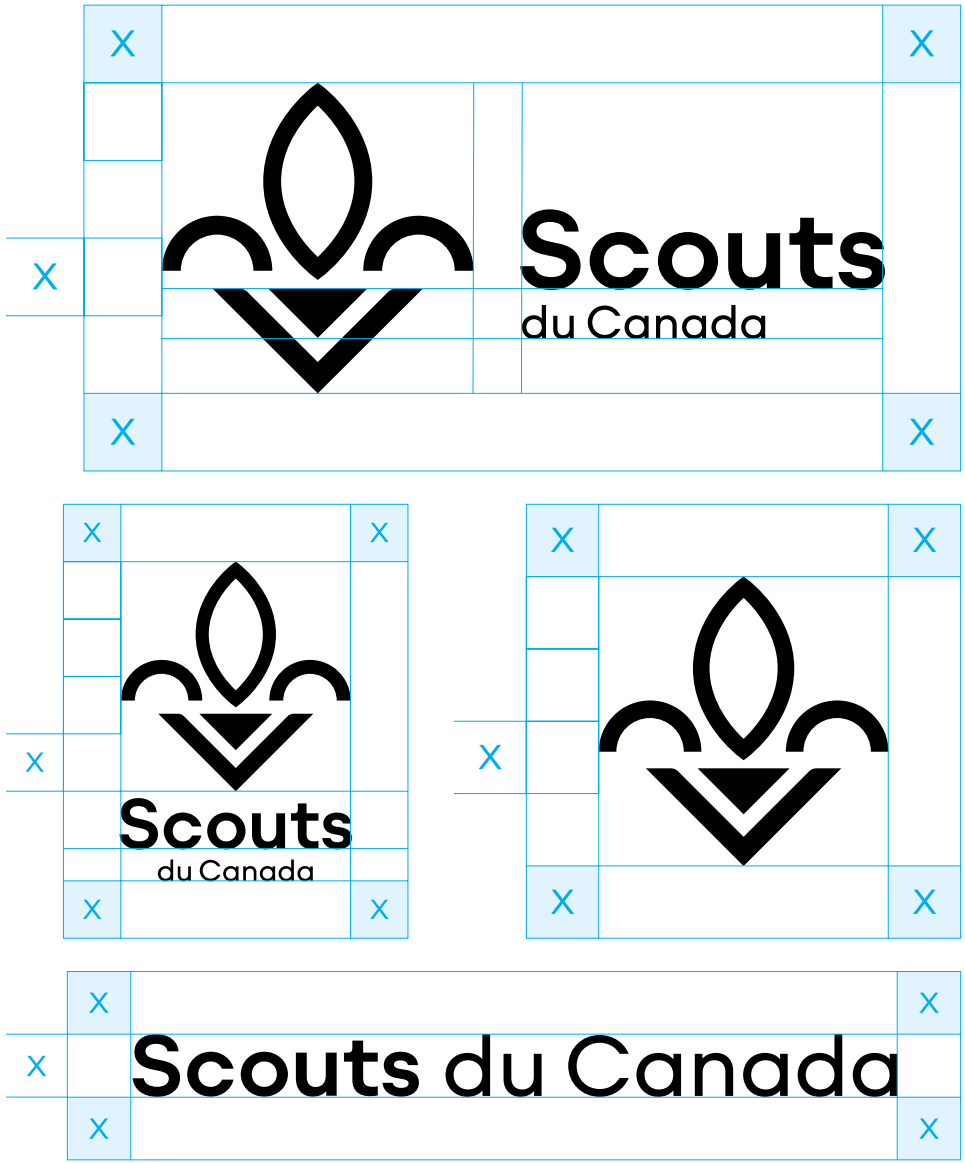
On doit toujours s'assurer d'un contraste suffisant entre notre arrière-plan et le logo de l'ASC.

TRUC ET ASTUCE

Chaque variante du logo est disponible dans notre vert forêt, en noir pur et en négatif.

ZONE DE PROTECTION

Une zone de protection autour du logotype doit être respectée en tout temps pour en assurer l'intégrité et la lisibilité. Elle correspond au 1/4 de la hauteur du symbole ou à la hauteur en X, le cas échéant.



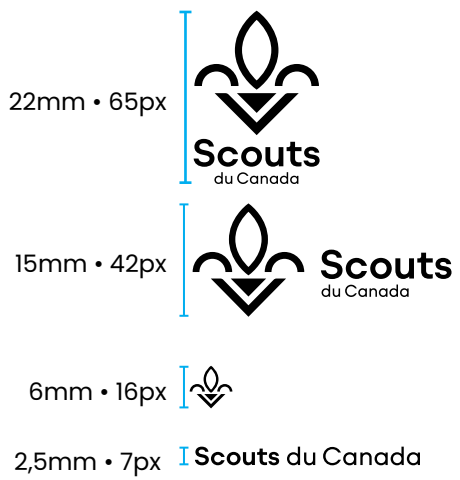
TAILLE MINIMUM

À noter que la taille minimum du logo est à adapter en fonction de chaque medium. Nous avons ici un guide pour indiquer des tailles minimums absolues. Par exemple, le 16px pour le symbole est approprié dans le cas d'un favoricône, mais certainement pas lors de la production d'affiches. Selon votre meilleur jugement, il est important de toujours vous assurer que le nom de notre marque reste lisible et est mis en valeur.

Afin de vous guider, voici une liste de différentes tailles appropriées pour notre logo principal, selon différents formats:

Affiche (24 x 36 po) : hauteur de 60 mm
Lettre (8½ x 11 po) : hauteur de 25 mm
Carte postale (4 x 6 po) : hauteur de 20 mm
Carte d'affaire (2 x 3,5 po) : hauteur de 15 mm

N'hésitez pas à ajuster ces tailles en fonction des besoins spécifiques à votre projet.

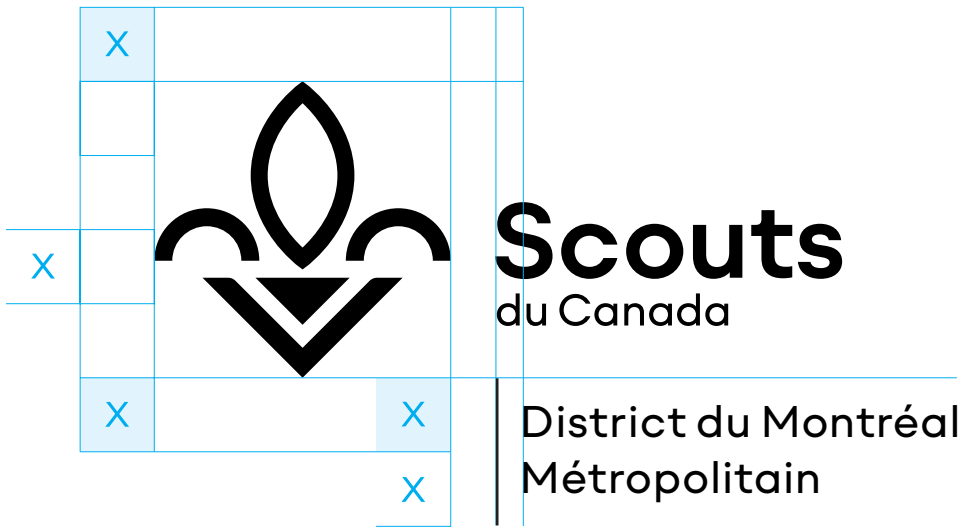


INTÉGRER SON GROUPE OU SON DISTRICT

Afin de créer le logo de votre groupe ou de votre district, veuillez suivre ces quelques directives:

1. La police de caractère utilisée pour notre logotype est Neue Radial.
2. La taille de la police utilisée pour votre district devrait correspondre à la taille de la police de «du Canada».
3. La taille du trait noir situé devant le nom de votre district devrait correspondre à la moitié de la taille du symbole.
4. Le trait noir et le nom de votre district devraient être centrés.
5. Le trait noir devrait être aligné avec le S et le d.
6. Le nom de votre district devrait être aligné avec le centre du S.
7. Finalement, le trait noir devrait commencer directement après la pointe du symbole.

↗ Pour télécharger Neue Radial

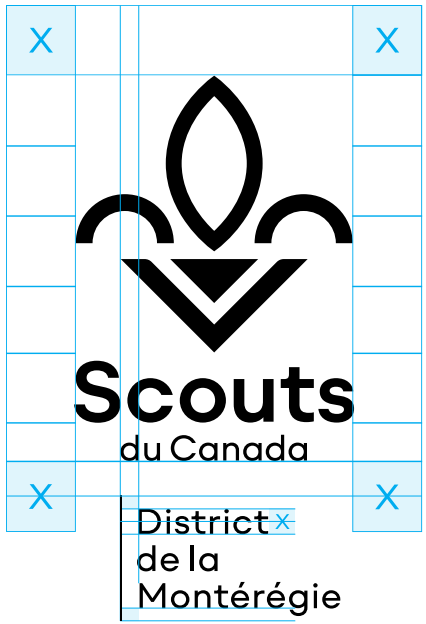


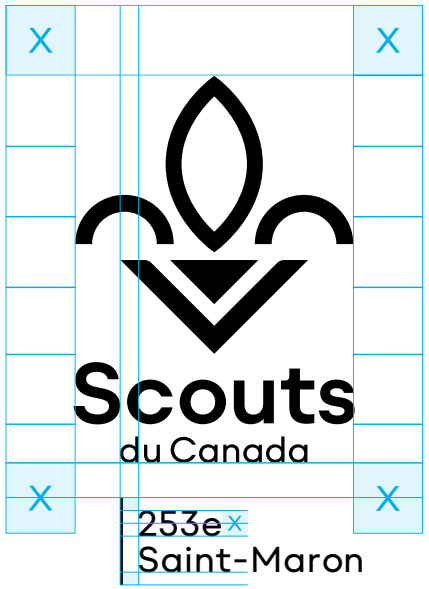


VERSION VERTICAL

Les directives suivantes s'appliquent :

1. La taille du trait noir situé devant le nom de votre district ou de votre groupe varie en fonction de la taille finale du texte. L'espace du trait qui dépasse au-dessus et au-dessous du texte doit être égal à la moitié de la hauteur de la première ligne de texte.
2. Le trait noir devrait commencer à partir du milieu de la zone de protection du logo principal.
3. Le trait noir devrait être aligné avec la fin du S.
4. Le nom de votre district devrait être aligné avec la fin du d.



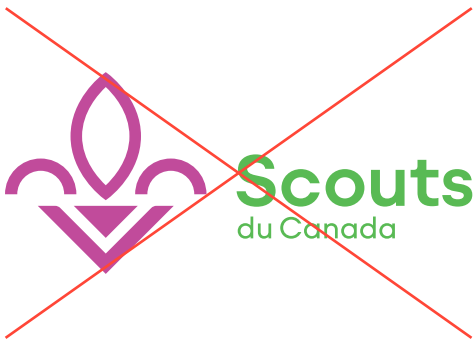






↗ Pour télécharger Neue Radial

À NE PAS FAIRE



La couleur
N'utilisez pas de couleurs n'appartenant pas à notre marque ou les couleurs d'une autre marque.



L'esthétique
N'ajoutez pas d'effets tels que le biseautage et l'estampage, les ombres portées, etc.



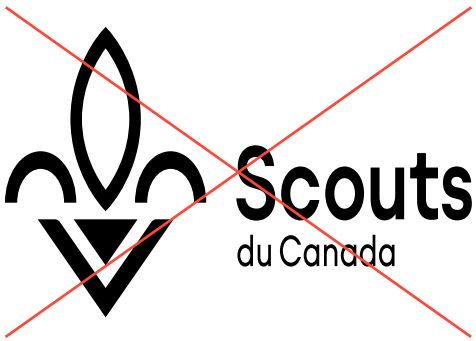
Les éléments
Ne modifiez ni n'échangez aucun élément.



La relations entre les éléments
Les proportions entre les éléments du logotype doivent rester inchangées.



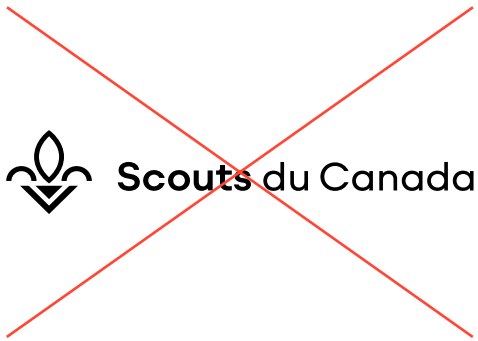
La résolution
Veillez à ce que la résolution du logotype soit adaptée au support utilisé.



L'intégrité du logotype
Ne modifiez pas les proportions du logotype. Redimensionnez-le toujours de manière proportionnelle.



L'utilisation
Ne pas utiliser sur des supports ou dans des communications inappropriés.



Les combinaisons
Ne pas créer de nouvelles combinaisons avec les éléments fournis.

EXEMPLES D'APPLICATION









couleurs

03

NOTRE NUANCIER

PANTONE®
Les références PANTONE® doivent être utilisées lors de l'impression de documents en couleurs directes.

CMJN
Les références CMJN doivent être utilisées pour l'impression en quadrichromie.

RVB
Les références RVB doivent être utilisées pour toutes les applications numériques.

HEX
Les références HEX doivent être utilisées pour les applications web.

couleurs primaires

VERT FORÊT
HEX : #007748
RVB : 000, 119, 072
CMJN : 97, 10, 86, 18
Pantone: 3415 C

BLANC PUR
HEX : #ffffff
RVB : 255, 255, 255
CMJN : 0, 0, 0, 0
Pantone:

NOIR PUR
HEX : #000000
RVB : 000, 000, 000
CMJN : 0, 0, 0, 100
Pantone: Black 3 C

couleurs secondaires

JAUNE DORÉ
HEX : #ffb400
RVB : 255, 180, 000
CMJN : 0, 30, 100, 0
Pantone: 7549 C

ORANGE VIF
HEX : #ff4637
RVB : 255, 070, 055
CMJN : 0, 85, 80, 0
Pantone: 2347 C

GRIS FROID
HEX : #b2b2b2
RVB : 178, 178, 178
CMJN : 31, 25, 25, 0
Pantone: P 179-5 C

LILAS VIBRANT
HEX : #8237ff
RVB : 130, 055, 255
CMJN : 60, 65, 0, 0
Pantone: 266 C

BLEU ROYAL
HEX : #002cde
RVB : 000, 044, 222
CMJN : 100, 90, 0, 0
Pantone: 2728 C

BLEU ÉNERGIQUE
HEX : #0078ff
RVB : 000, 120, 255
CMJN : 70, 30, 0, 0
Pantone: 285 C

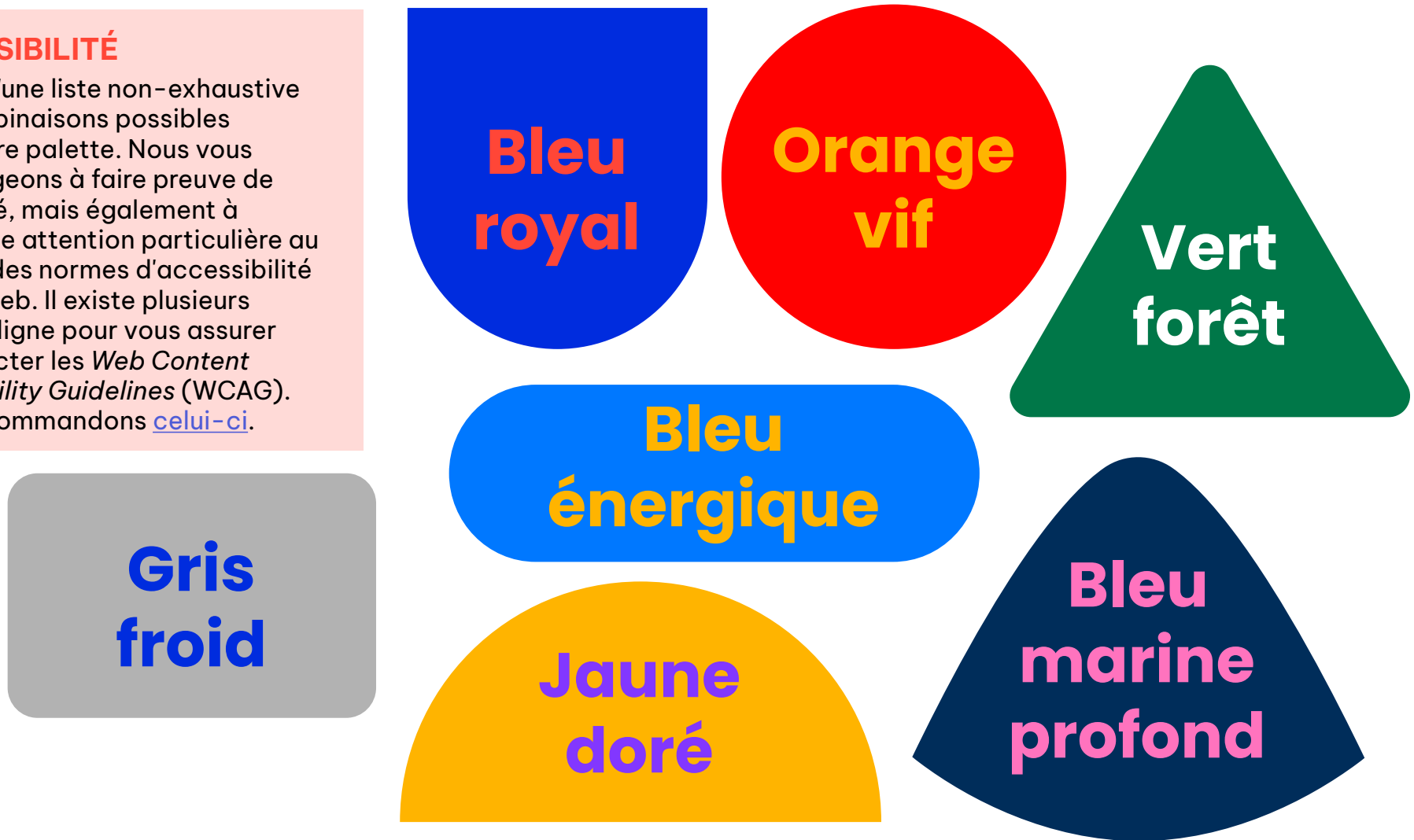
BLEU MARINE PROFOND
HEX : #002d5a
RVB : 000, 045, 090
CMJN : 100, 93, 34, 25
Pantone: 2767 C

ROSE COSMOS
HEX : #ff73be
RVB : 255, 115, 190
CMJN : 0, 68, 0, 0
Pantone: 2038 C

LES COMBINAISONS

ACCESSIBILITÉ

Il s'agit d'une liste non-exhaustive des combinaisons possibles avec notre palette. Nous vous encourageons à faire preuve de créativité, mais également à porter une attention particulière au respect des normes d'accessibilité pour le web. Il existe plusieurs outils en ligne pour vous assurer de respecter les *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG). Nous recommandons celui-ci.



LES TEINTES

LILAS VIBRANT
20%
#e6d7ff

BLEU ÉNERGIQUE
20%
#cce4ff

ORANGE VIF
20%
#ffdad7

VERT FORÊT
20%
#cce4da

BLEU ROYAL
20%
#ccd5f8

JAUNE DORÉ
20%
#fff0cc

ROSE COSMOS
20%
#ffe3f2

LILAS VIBRANT
40%
#cdafff

BLEU ÉNERGIQUE
40%
#99c9ff

ORANGE VIF
40%
#ffb5af

VERT FORÊT
40%
#99c9b6

BLEU ROYAL
40%
#99abf2

JAUNE DORÉ
40%
#ffe199

ROSE COSMOS
40%
#ffc7e5

⚠ ATTENTION

Les teintes sont à utiliser en support à notre palette lorsque les besoins d'un projet justifient leur utilisation (par exemple, dans l'éditorial ou la création d'interface utilisateur·rice). Il ne s'agit pas d'une palette étendue et nos couleurs primaires devraient toujours être privilégiées. Nous vous prions de vous limiter aux teintes présentées ici.

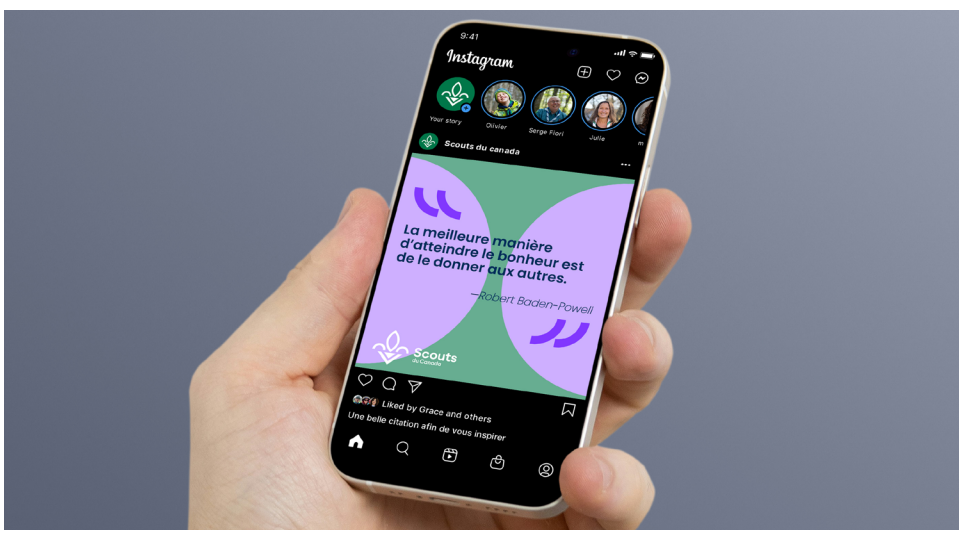
TRUC ET ASTUCE

Nos couleurs peuvent être utilisées pour créer des codes de couleurs, tel que démontré dans ce document. Cela permet de classifier l'information et de la trouver rapidement lorsqu'on parcourt un document. Cela permet également de donner une identité propre à un projet ou à un type de publication, par exemple, lorsqu'on l'associe à une couleur.

EXEMPLES D'APPLICATION



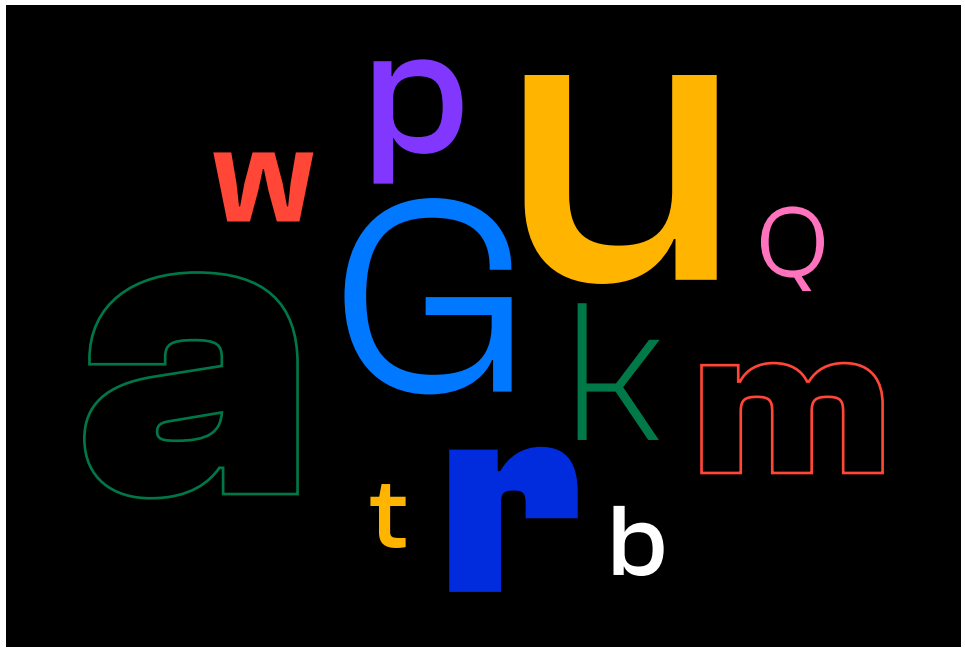




typographie

04

CLASH GROTESK



Clash Grotesk est une police sans-sérif contemporaine qui allie la structure des grotesques classiques à une touche moderne et affirmée. C'est une police idéale pour les titres et le design éditorial. Elle possède juste ce qu'il faut de personnalité pour se démarquer sans compromettre le professionnalisme. Elle convient particulièrement aux projets destinés aux jeunes ou aux marques créatives qui souhaitent une esthétique à la fois actuelle, pointue et soignée.

type de police: police d'affichage (Neo-Grotesk)

idéal pour: les titres (gros format)

dans quels contextes: lorsqu'on fait du matériel promotionnel, lorsqu'on fait de l'éditorial un peu plus ludique, lorsqu'on fait des publications sur les réseaux sociaux, lorsqu'on fait du matériel pour les enfants, lorsqu'on veut mettre en valeur notre image de marque.

↗ Pour télécharger Clash Grotesk

⚠ ATTENTION
Clash Grotesk est à utiliser avec parcimonie, et seulement en très gros format. Il ne s'agit pas d'une police adaptée à la lecture.

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8
9 . , ; : $ # ' !
" / ? % & ( ) @

clash grotesk
clash grotesk
clash grotesk
clash grotesk
clash grotesk
clash grotesk

BE VIETNAM

Be Vietnam est une police sans-sérif, moderne et épurée, conçue pour offrir une excellente lisibilité et une grande polyvalence. Elle est adaptée autant aux titres qu'au corps de texte. Initialement pensée pour les interfaces numériques, elle fonctionne tout aussi bien à l'écran qu'en impression. Be Vietnam dégage une impression de modernité et de fiabilité, ce qui en fait un excellent choix pour des contenus éducatifs, institutionnels ou communautaires cherchant à être clairs, inclusifs et accessibles.

type de police: sans-sérif

idéal pour: les textes, les titres, le web, l'impression

dans quels contextes: lorsqu'on fait du matériel corporatif, lorsqu'on fait du matériel destiné aux adultes et dans tout contexte où l'on souhaite communiquer clairement et affirmer notre expertise.

↗ Pour télécharger Be Vietnam

TRUC ET ASTUCE

Utilisez Be Vietnam en Bold ou SemiBold comme style de titre secondaire lorsque vous ne souhaitez pas utiliser un grand nombre de polices. Cela permet d'utiliser notre police d'affichage plus ponctuellement et de mieux structurer la hiérarchie en créant du contraste.

Be Vietnam

clarté et expertise

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8
9 . , ; : $ # ' !
" / ? % & ( ) @

beVietnam Black
beVietnam Black
beVietnam Extrabold
beVietnam Extrabold
beVietnam Bold
beVietnam Bold
beVietnam Semibold
beVietnam Semibold
beVietnam Medium
beVietnam Medium
beVietnam Regular
beVietnam Regular
beVietnam Light
beVietnam Light
beVietnam ExtraLight
beVietnam ExtraLight
beVietnam Thin
beVietnam Thin

POPPINS

Poppins est une police sans-sérif géométrique conçue pour offrir clarté, structure et une esthétique moderne. Elle est largement utilisée en design numérique, en image de marque et dans les visuels destinés aux jeunes. Elle est particulièrement appropriée dans notre cas, puisqu'il s'agit d'une police très conviviale, mais qui maintient un certain professionalisme.

type de police: sans-sérif

idéal pour: les courts textes, les titres secondaires

dans quels contextes: lorsqu'on fait du matériel destiné aux enfants, lorsqu'on fait du matériel promotionnel, lorsqu'on fait des publications sur les réseaux sociaux et dans tout contexte où l'on a un relativement court texte et l'espace suffisant pour accomoder Poppins.

↗ Pour télécharger Poppins







EXEMPLES D'APPLICATION







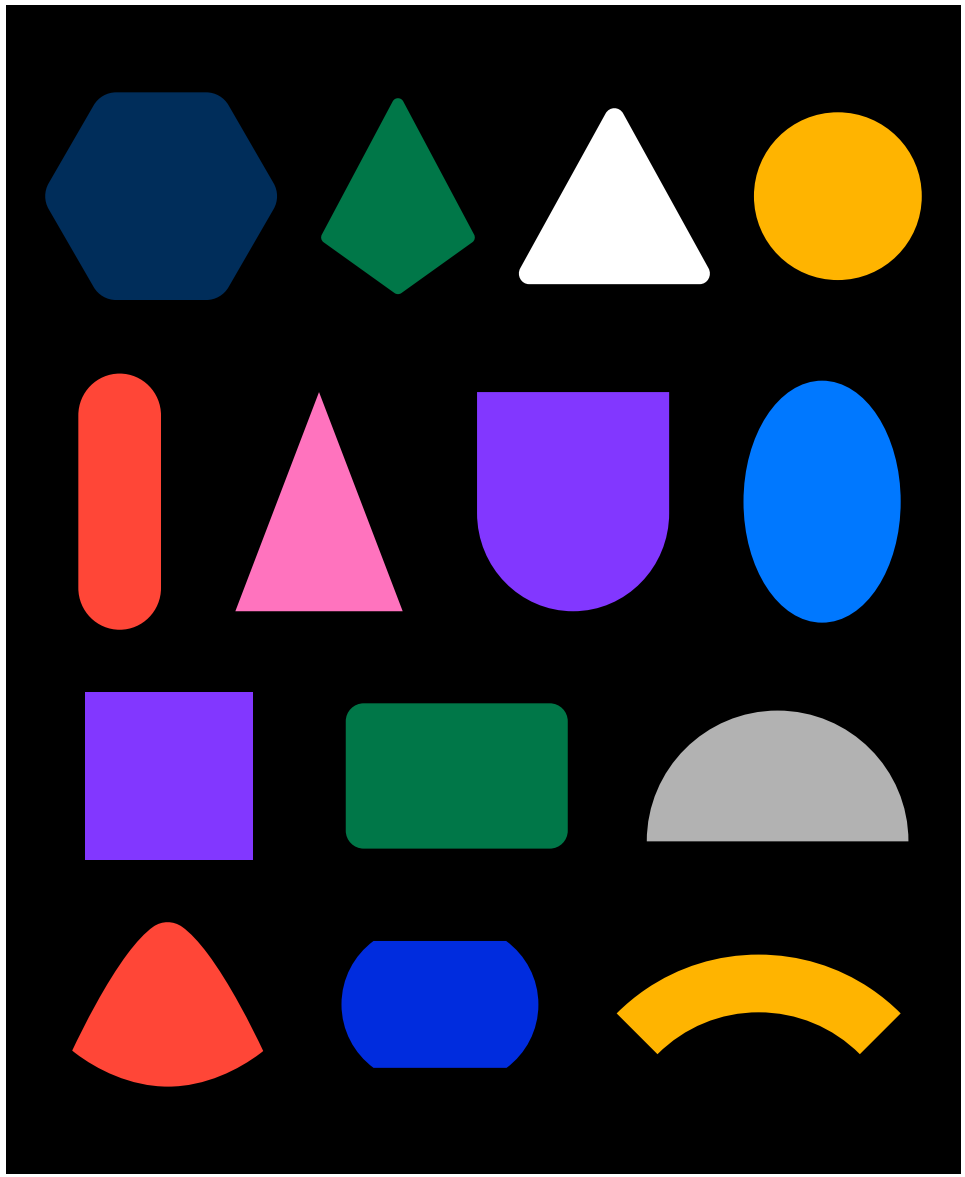
langage graphique

05

NOS FORMES

Nos formes sont directement inspirées des badges que l'Association des Scouts du Canada a produits au fil des années. C'est un clin d'œil à notre histoire qui ajoute aussi une touche de modernité et de flexibilité à notre image.





↗Pour télécharger nos formes

ILLUSTRATIONS

Un ensemble d'illustrations avait été produit lors de la nouvelle image de marque en 2022. Bien qu'utile pour certains types de contenu, il ne répondait pas nécessairement à tous les besoins (communications plus officielles, etc.). Nous recommandons donc désormais de prioriser l'utilisation des formes présentées en page 26 et de photographie.

Nous sommes toutefois conscient·e·s qu'il serait impossible de se priver totalement d'illustrations. Comme l'étendue des produits offerts par l'association est très vaste, nous ne pouvons pas construire une ligne directrice qui peut s'appliquer à l'ensemble de nos produits ou prétendre une uniformisation de l'entièreté des illustrations produites par L'ASC. Les besoins illustratifs pour notre calendrier, pour du matériel éducatif destiné aux Castors et pour des fiches de camping d'hiver sont tous extrêmement différents, mais chacun de ces produits ne peut pas (ou difficilement) s'en priver. Lorsqu'un projet a des besoins illustratifs, nous vous prions de respecter cette ligne directrice : **lorsque cela est possible, veuillez vous en tenir à un style vectoriel géométrique simple sans dégradé ni texture respectant notre palette de couleur**.

C'est également ce qui fait la beauté de notre marque, et c'est une décision qui s'aligne avec nos valeurs. Nous souhaitons faire rayonner la diversité au sein de notre association; cette *diversité visuelle* est une richesse qu'on doit assumer et qui témoigne de la variété des sphères d'implication de l'association.



↗ Pour télécharger nos illustrations

GABARITS RÉUTILISABLES

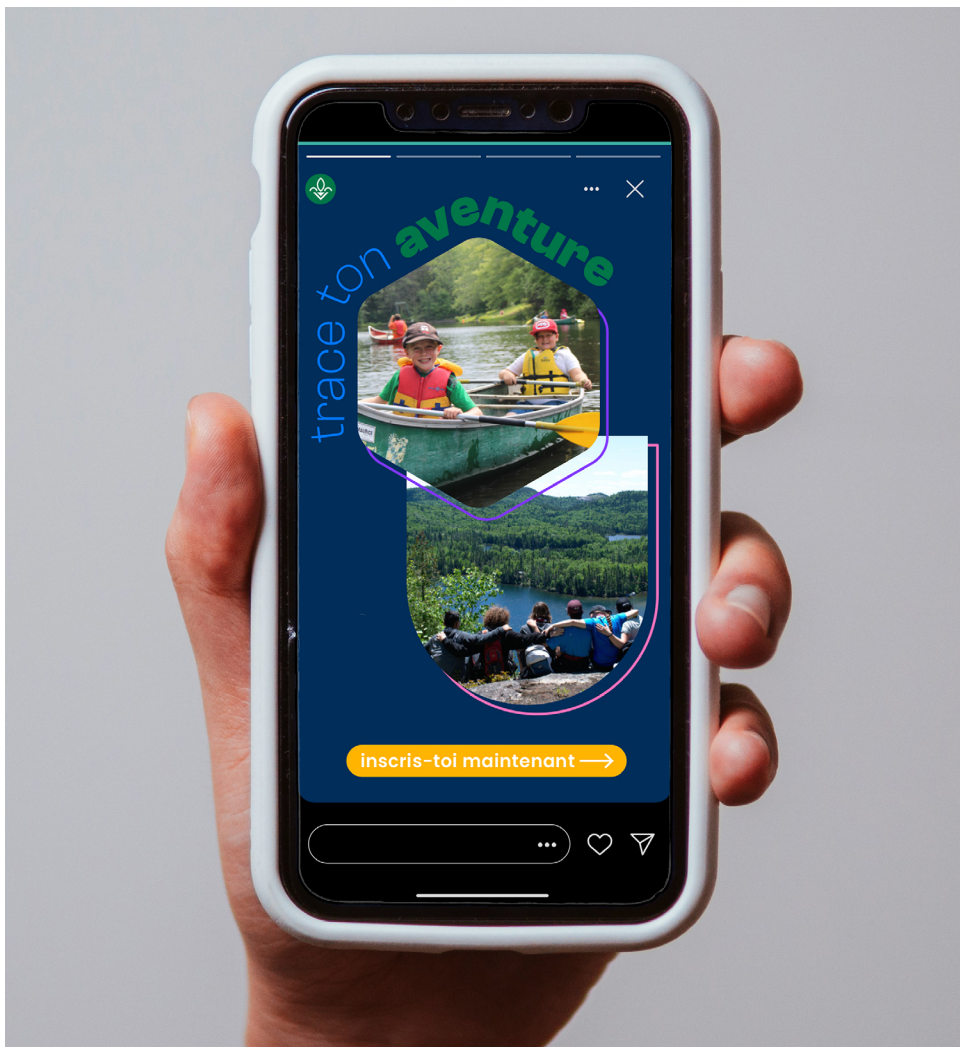
Nous avons aussi plusieurs gabarits fidèles à l'image de marque. Cet ensemble comprend trois modèles de lettres Word, trois types de présentations PowerPoint ainsi que des gabarits pour des documents officiels, tels que des rapports et des chartes de projet.

Ces gabarits peuvent être utilisés dans différents contextes et sont nommés en fonction de leur usage (p. ex. : convivial, officiel).



↗ Pour télécharger nos gabarits

EXEMPLES D'APPLICATION







photographie

06

LIGNE DIRECTRICE

Le mot d'ordre est: **authenticité**.

Nous cherchons à capturer la réalité du scoutisme tel qu'il se vit au quotidien : une diversité d'activités, un fort engagement social et des relations humaines riches. Les photos doivent refléter la variété des expériences scoutes, tant dans la nature qu'en milieu urbain, en mettant en valeur l'entraide, l'apprentissage, la camaraderie et l'implication communautaire. Nous souhaitons des images pleines de lumière naturelle, de spontanéité et d'émotions authentiques. Les prises de vue ne devraient pas être orchestrées, comme si l'on captait une scène sur le vif (incluant imperfections et mouvement). La diversité des personnes représentées est essentielle, afin que chaque jeune puisse se reconnaître dans nos visuels. Le traitement des images doit rester minimal : peu ou pas de filtres, des couleurs naturelles et une retouche discrète pour préserver l'aspect authentique et spontané. Ce style vise à créer un narratif représentant de manière fidèle le scoutisme d'aujourd'hui. Il s'agit de créer un lien entre l'audience et la réalité du terrain, avec des images qui transmettent l'engagement et la fierté d'être scout·e.



Communauté et action

Rejoindre les scout·e·s, c'est rejoindre une communauté. Notre imagerie devrait refléter ce sentiment. Nous voulons voir nos membres ensemble, dans l'action. On veut voir les activités et les événements que nos groupes organisent.
On privilégie les photos sur le vif, voir un style de photographie documentaire.
On évite de faire poser les gens, on photographie ce qui se passe tel qu'il se passe.









Montrer toutes les facettes du scoutisme

Être scout·e, c'est plus que faire des nœuds et aller en camp. Évitez de tomber dans des clichés sur ce que font les scout·e·s et les photos mettant en évidence une structure hiérarchique. On essaie de montrer la variété d'activités auxquelles les jeunes participent. On cherche à montrer notre impact social, nos réussites et de communiquer notre mission au travers nos choix de sujets photographiques.











Diversité

Assurez-vous autant que possible d'inclure tous les âges, genres et cultures. Nous sommes un mouvement pour tous les âges, des plus jeunes membres à ceux ou celles avec beaucoup d'expérience. On souhaite que tout le monde puisse s'identifier à notre association.









On a du fun et on fait rêver

N'hésitez pas à mettre en valeur les moments de camaderie au sein de votre groupe, les beaux paysages que vous avez eu la chance de découvrir. Montrez ce qui vous fait tripper et qui vous donne le goût de continuer à vous impliquer au sein de l'association.








notre voix

07

Il est important d'uniformiser notre manière de s'exprimer, voici quelques directives pour vous guider dans votre rédaction:

ON S'ADRESSE AUX JEUNES

On privilégie le langage familier, notamment en parlant à la deuxième personne (au « tu »), et on s'adresse directement aux jeunes. Après tout, nous sommes un mouvement PAR et POUR les jeunes.

Si on veut que chaque jeune nous comprenne, il est important d'utiliser des mots qu'ils et elles connaissent..

On donne la parole aux jeunes autant que possible, on les laisse utiliser le vocabulaire de leur choix. On veut que nos jeunes deviennent des ambassadeurs ou ambassadrices du mouvement. Nous sommes là seulement pour encadrer leur message et supporter leurs initiatives.

ON SAIT QUAND ÊTRE SÉRIEUX·EUSES

Même si nous voulons mettre en évidence le plaisir qu'il y a au cœur du mouvement scout, il est important de ne pas oublier notre mission. Nous savons quand nous positionner en tant qu'expert·e·s. Par exemple, lorsque nous offrons des formations, il est important de communiquer notre professionnalisme.

La clé est de combiner formalité et familiarité; nous offrons des formations de qualité professionnelle et nous nous assurons qu'elles soient le plus intéressantes possible !

ON A DU PLAISIR

On cherche à mettre en valeur l'expérience scoute, le plaisir d'être ensemble. Cela passe par la valorisation de témoignages authentiques, la mise en valeur des événements scouts et de tout ce qui a trait à l'aspect social du mouvement.

ON ACCUEILLE TOUT LE MONDE

Nous nous assurons que tout notre contenu textuel traduit notre désir d'être inclusif. Cela passe par l'utilisation d'une écriture inclusive. Un aide-mémoire et un lexique est mis à votre disposition sur le site web de l'organisation.

Cela concerne également le registre de langue. Si on veut que tout le monde nous comprenne, il est important d'éviter d'utiliser du jargon ou encore des mots très techniques. On privilégie des mots simples et accessibles, ou encore on explique les termes qu'on utilise (par exemple, si on parle d'un «bivouac» ou de la méthode PICASSo, on peut ajouter une explication de quoi il s'agit)

On s'assure de montrer notre chaleur et notre convivialité dans le contenu même de nos messages.