

elevate your identity



**Alliance  
Coopérative  
Internationale**

# La marque coopérative mondiale

## Un guide pour les usagers

# Table des matières

<b>1.0 Introduction</b>	3
1.1 Antécédents	4
1.2 Notre identité : les deux piliers indissociables	4
1.3 Terminologie et éléments clés	4
<b>2.0 The Marque</b>	5
2.1 Pourquoi 'coop' ?	5
2.2 Couleurs	6
2.3 Comment utiliser la marque ?	7
<b>3.0 Messages clés</b>	9
3.1 How to use the Marque and messages	10
3.2 Créer vos propres messages	11
<b>4.0 Applications</b>	12
<b>5.0 Se mettre en contact</b>	13

## 1.0 Introduction

Bienvenue à la cinquième édition du guide de style de la Marque coopérative mondiale.

La Marque, avec le nom de domaine .coop, est un pilier essentiel de l'identité coopérative mondiale. Notre objectif est d'en faire l'un des symboles les plus connus du commerce éthique au monde. Elle distingue ses utilisateurs de tous les autres types d'entreprise ou d'organisation. Le guide est un outil pratique à l'usage des entreprises coopératives et de ceux qui veulent faire connaître le mouvement coopératif.

La Marque est un atout pour le mouvement coopératif international et elle doit être protégée. Une utilisation correcte, cohérente et prudente est importante pour garantir notre réputation de modèle entrepreneurial sérieux.

Pour en savoir plus sur la Marque coopérative et réclamer la vôtre, visitez le site **[www.identity.coop](http://www.identity.coop)**

### **DotCooperation LLC**

*DotCooperation LLC est une filiale de l'Alliance Coopérative Internationale. Elle gère les applications d'utilisation de la Marque coop et des noms de domaine .coop.*

*En 2013, l'Alliance Coopérative Internationale a mobilisé des membres du monde entier dans le but de créer le premier symbole véritablement mondial de notre mouvement, librement utilisable par toutes les coopératives – aux niveaux local, national et transfrontalier. Le résultat de ce projet a été la marque « coop » accompagnée d'un ensemble de messages clés qui constituent une boîte à outils visuelle. Son objectif est d'aider les coopératives à s'identifier comme faisant partie du mouvement coopératif mondial et de faire reconnaître leur propre « différence coopérative ».*

*La Marque a déjà été adoptée par plus de 2600 coopératives et organisations faitières dans 109 pays.*



**Notre  
Marque**

La marque coopérative mondiale

**elevate your identity**



Le nom de domaine .coop

## 1.1 Terminologie et éléments clés

‘**Identité visuelle**’ est le terme utilisé pour décrire les éléments de ce guide – la marque, la palette de couleurs, la police de caractères, les images signatures.

**La marque coopérative** (ou ‘**coop**’) décrit les modalités auxquelles nous faisons référence dans l’élément central de notre identité coopérative mondiale.

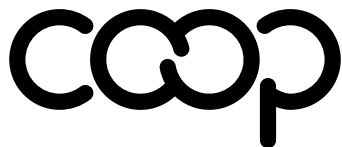
‘**Slogan**’ est le terme que nous utilisons pour ‘les entreprises coopératives construisent un monde meilleur’.

**Les éléments essentiels de l’identité coopérative mondiale sont:**

- La marque
- Le slogan

## 2.0 The Marque

coop\_blk



### 2.1 Pourquoi 'coop' ?

La recherche de l'Alliance coopérative internationale a porté sur 1000 personnes de 86 pays pour identifier comment les coopératives dans le monde expriment leur identité en utilisant des symboles et des mots. La recherche a révélé que:

- il n'y a pas de langage visuel abstrait ou pictural de la coopération reconnu dans chaque région ou pays;
- dans différentes parties du monde, la coopération est associée à des symboles différents tels que des pins jumeaux, des arcs-en-ciel, des mains croisées ou un lever de soleil;
- la grande majorité des participants croyaient que le terme 'coop' était unique et singulier de notre modèle d'entreprise mais il exprime qui nous sommes, ce que nous faisons et ce que nous défendons; les différences sont apparues significatives entre les personnes de pays, secteurs ou cultures différentes;
- un symbole qui se fonde sur des lettres latines n'a pas été estimé inadéquat, culturellement parlant, pour un usage universel dans toutes les cultures et par-delà de toutes les frontières.

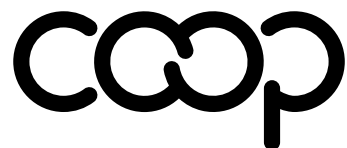
La marque est un concept simple mais original qui se fonde sur les lettres 'c-o-o-p', les deux 'o' étant soudés l'un à l'autre.

La couleur mère de la marque est le noir.

## 2.2 Couleurs

Outre le noir, la marque est disponible en six autres couleurs.

coop\_blk



coop\_red



Pantone 185  
CMYK M100 Y81  
RGB R235 B41

coop\_orange



Pantone 151  
CMYK M59 Y95  
RGB R255 G131

coop\_blue



Pantone 2726  
CMYK C82 M66  
RGB R69 G92 B199

coop\_turq



Pantone 632  
CMYK C88 M18 Y24  
RGB G145 B179

coop\_emgr



Pantone 340  
CMYK C98 M5 Y79  
RGB G148 B94

coop\_spgr



Pantone 376  
CMYK C57 Y100  
RGB R130 G188

Vous verrez parfois la marque utilisée dans une huitième couleur – le prune – qui est la couleur utilisée par l'Alliance coopérative internationale dans son logo ainsi que sur la page de couverture de ce document. Prune est donc 'une couleur réservée' et ne peut être utilisée par personne d'autre que l'Alliance coopérative internationale.

Lorsque la marque est utilisée sans être accompagnée d'un texte, utilisez toujours le fichier principal adéquat selon l'application – le fichier .eps pour l'impression, .jpg ou .png pour les images.

## 2.3 Comment utiliser la marque?

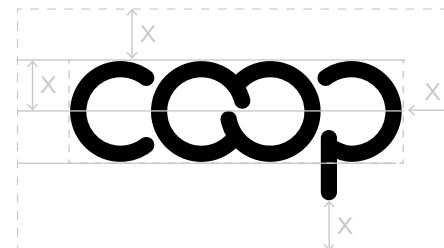
Cette section du guide contient des règles concernant l'utilisation de la Marque comme outil visuel.

Ces règles ont été créées pour garantir homogénéité et qualité.

L'homogénéité est un aspect important car nous souhaitons que les consommateurs reconnaissent immédiatement la Marque et assimilent ce qu'elle représente chaque fois qu'ils la voient. La qualité l'est également car l'image de notre mouvement nous importe beaucoup, et les consommateurs doivent le savoir.

### Zone d'exclusion

Pour que 'coop' ne soit pas dilué dans du texte ou des éléments graphiques (mots, symboles, images), il faut veiller à ce qu'ils n'empiètent pas sur la marque. Un 'espace d'exclusion' minimal doit toujours être respecté autour de 'coop' : à savoir, l'espace 'x' est égal à la mi-hauteur du 'c' de 'coop'.



### Taille de reproduction minimale

Pour que 'coop' soit toujours lisible, il convient de respecter la taille minimale de 12mm du début du 'c' à la fin du 'p' de 'coop'.



coop\_white



### Blanc/inverser couleurs

Dans certaines circonstances, lorsque la Marque doit figurer sur un fond coloré – par exemple sur un produit, un emballage de couleur, ou la page d'un document – elle peut être inversée en blanc.

Dans des circonstances exceptionnelles, elle peut être inversée au départ d'une photo. Assurez-vous que le contraste soit suffisant pour que la marque soit visible.

Si la Marque est insérée dans un cadre, l'espace d'exclusion minimal est à respecter (voir ci-dessus).

### Applications incorrectes de la marque

Le symbole 'coop' est ce que nous appelons 'l'élément de design central' de la Marque. C'est un symbole simple et fort. Lui ajouter quoi que ce soit réduirait son impact et l'effet homogène souhaité.

Quelques consignes élémentaires:

**No** Par conséquent, aucun élément symbolique, décoration ou surimpression ne doit être ajouté.



**NE PAS** l'utiliser en angle ou en italique.



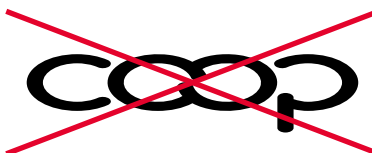
**NE PAS** couper la Marque ni l'utiliser comme fond d'écran, ou en filigraneimage or 'watermark'.



**NE PAS** mettre la Marque dans un cadre ou toute autre forme d'encadrement (2.3).



**NE PAS** l'étirer ni la déformer.



**NE PAS** utiliser la Marque dans une couleur autre que celles validées (2.2).

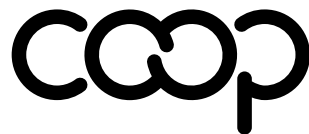




### 3 Messages clés

Plusieurs messages peuvent être combinés avec la Marque. Les huit messages sont disponibles sous forme de fichiers maîtres dans toutes les couleurs et vous devez toujours utiliser celui qui convient à l'application spécifique – .eps pour l'impression, .jpg et .png pour les applications numériques.

coop\_blk\_message0\_fr



**Les coopératives,  
des entreprises pour  
un monde meilleur**

coop\_blk\_message4\_fr



**Une autonomie démontrée  
un modèle pour les périodes  
positives et négatives**

coop\_red\_message1\_fr



**Ensemble  
les personnes  
sont plus fortes**

coop\_orange\_message5\_fr



**Respect de l'environnement  
durabilité financière  
finalité sociale**

coop\_blue\_message2\_fr



**Au service des  
besoins des  
populations partout**

coop\_turq\_message6\_fr



**Les coopératives travaillent  
ensemble dans le cadre  
d'une identité partagée**

coop\_emgr\_message3\_fr



**Un modèle  
d'entreprise à  
croissance durable**

coop\_spgr\_message7\_fr



**Entreprise qui met  
l'être humain au cœur  
de ses préoccupations**

### 3.1 Comment utiliser la marque et le slogan ?

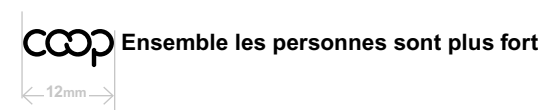
#### Zone d'exclusion

Assurez-vous que le texte ou d'autres éléments graphiques sur une page n'empiètent pas sur la marque. L'espace 'x' est égal à la mi-hauteur du 'c' de 'coop', soit l'espace minimal.



#### Taille reproduction minimale

Lorsque vous utilisez la marque, limitez-vous à la taille minimale pour en assurer la lisibilité, c'est-à-dire 12mm du début du 'c' à la fin du 'p' de 'coop'.



#### Blanc/inverser couleurs

Dans certaines circonstances, lorsque la marque apparaît sur un fond coloré – par exemple sur un produit, un emballage de couleur, ou la page d'un document – elle peut être inversée en blanc.

coop\_white\_slogan\_fr



### 3.2 Créer vos propres messages

Outre les messages prêts au téléchargement, vous pouvez écrire vos propres messages et les conjuguer à la marque.

Les fichiers graphiques eps sont à la disposition à cette fin. Pour les personnaliser, utilisez une application design professionnel comme Adobe Illustrator.

Si vous créez vos propres messages, vous devez:

- utiliser la police de caractères agréée – **Arial bold**
- limiter votre slogan à une, deux ou trois lignes

coop\_blk\_custom\_3line\_fr



Avec un slogan en trois lignes, la taille minimale de la marque est de 25 mm pour en assurer la lisibilité



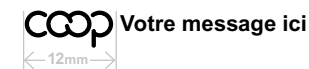
coop\_blk\_custom\_2line\_fr



Avec un slogan en deux lignes, la taille minimale de la marque est de 20 mm pour en assurer la lisibilité



coop\_blk\_custom\_1line\_fr



Mini-marque – une ligne

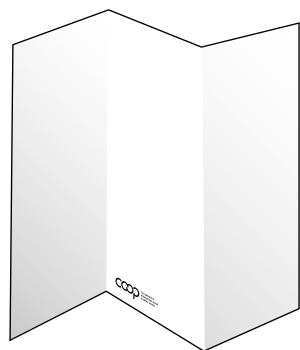
Avec un slogan d'une ligne, la taille minimale est de 12 mm pour en assurer la lisibilité

## 4.0 Applications

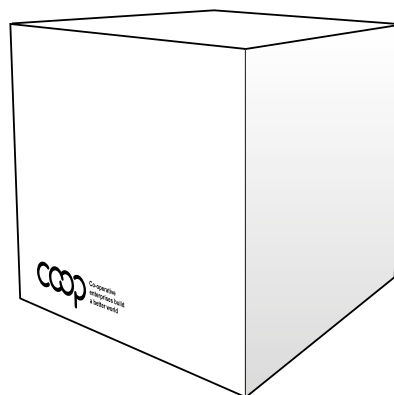
La marque et le slogan peuvent être utilisés dans tout contexte de communication dont:

- l'emballage
- les articles promotionnels
- les communications écrites
- le marketing
- le site
- la signature de courriel
- les fournitures de bureau
- les supports d'exposition (par exemple, expositions et magasins)
- les véhicules de livraison
- les projections sur écran
- les titres de films et vidéos.

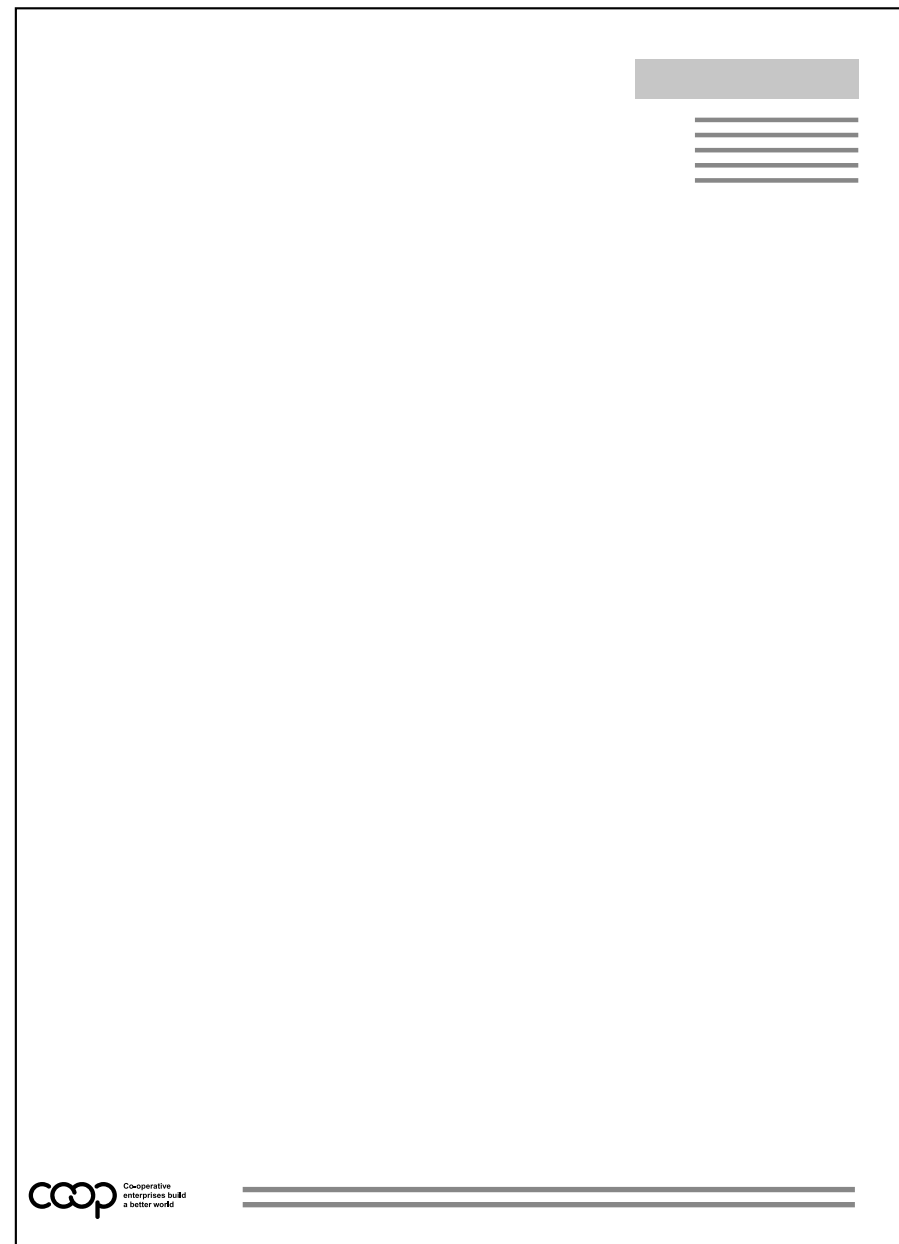
Nous vous recommandons de la positionner à côté d'autres identités, certifications, marques de qualité ou accréditations que vous utilisez déjà, par exemple, Fair Trade mark, Forest Stewardship Council, ISO.



Supports marketing



Emballages



Fournitures de bureau

## 5.0 Se mettre en contact

elevate your identity



Si vous avez des questions ou des doutes, merci de contacter **support@identity.coop**

Pour demander la Marque, veuillez consulter: **www.identity.coop**

*Si vous souhaitez bénéficier de l'aide d'un expert pour incorporer la Marque coop dans votre identité ou vos communications, domains.coop vous mettra en contact avec notre partenaire-coopérative chargé du design.*



**Alliance  
Coopérative  
Internationale**

La marque coopérative et l'identité visuelle ont été étudiées et conçues par Calverts, Londres

www.design.coop  
+44 (0) 20 7739 1474

Assistance de recherche:  
Guerrini Design Island, Buenos Aires