

# Manuel d'identité graphique Pro Natura

# Manuel d'identité graphique Pro Natura

---

# Manuel d'identité graphique Pro Natura

## Table des matières

---

### Présentation et utilisation

#### Manuel d'identité graphique Pro Natura

- I Préface
- II Public cible, responsabilité et domaine d'application
- III Utilisation du Manuel d'identité graphique, modèles, matériel auxiliaire
- IV Disponibilité et modifications du Manuel d'identité graphique

### Sommaire

#### Identité d'entreprise de Pro Natura

- 1.1 Introduction
- 1.2 Vision, identité, image de marque
- 1.3 Slogan
- 1.4 Brèves descriptions de Pro Natura

#### Culture rédactionnelle de Pro Natura

- 2.1 Langues
- 2.2 Orthographe, masculin et féminin
- 2.3 Le nom « Pro Natura » dans les textes
- 2.4 Titres des publications

#### Logo Pro Natura

- 3.1 Aperçu
- 3.2 Modèle de base avec slogan utilisé au niveau national
- 3.3 Variantes nationales (centres, Secrétariat romand)
- 3.4 Les Amis de la Terre Suisse
- 3.5 Variantes utilisées au niveau régional (sections)
- 3.6 Variantes de couleurs

#### Fabrication du logo Pro Natura

- 4.1 Insertion du logo dans une trame
- 4.2 Zone de protection
- 4.3 Position et distance
- 4.4 Dimensions du logo sans le motif de la vague
- 4.5 Distances avec les autres logos
- 4.6 Logo avec vague / national
- 4.7 Logo avec vague / régional
- 4.8 Insertion du logo avec le motif de la vague
- 4.9 Couleurs d'arrière-plan dans la vague
- 4.10 Logo sur une couleur de fond 100 % dans la vague

#### Polices Pro Natura

- 5.1 Polices Pro Natura
- 5.2 Exemples d'utilisation des polices Pro Natura

#### Éléments de mise en page Pro Natura

- 6.1 Langage visuel
- 6.2 Graphisme
- 6.3 Logos et visuels
- 6.4 Mise en page

#### Correspondance Pro Natura

- 7.1 Papier à lettres
- 7.2 Cartes de visite
- 7.3 Correspondance électronique
- 7.4 Communiqués de presse
- 7.5 Publipostages, collecte de fonds

#### Médias imprimés Pro Natura

- 8.1 Publications
- 8.2 Pages de garde Pro Natura
- 8.3-8.4 Exemples de périodiques
- 8.5 Publications régulières (public spécialisé)
- 8.6 Publications régulières (grand public)
- 8.7 D'autres publications (brochures, prospectus, etc.)
- 8.8 Matériel de communication imprimé

#### Pro Natura sur internet

- 9.1 Pages internet nationales et régionales
- 9.2 Médias sociaux et Newsletter

#### Pro Natura à l'extérieur

- 10.1 Inscriptions sur les bâtiments Pro Natura
- 10.2 Communication dans et pour les réserves naturelles

#### Autres publicités Pro Natura

- 11.1 Affiches, banderoles
- 11.2 Exemples de produits commerciaux
- 11.3 Exemples de cadeaux publicitaires

### **Manuel d'identité graphique Pro Natura**

La perception est une base fondamentale de la communication. Le public identifie les entreprises de par leur aspect extérieur et les activités qu'elles représentent. La communication cherche une harmonisation entre l'image que les externes ont de l'entreprise (Corporate Image) et l'image que les membres de l'entreprise veulent donner de cette dernière (Corporate Identity).

Ce guide d'identité graphique vise à ce que Pro Natura puisse être identifiée au premier coup d'œil. L'identité graphique doit nous permettre d'afficher nos valeurs. Nous renforcerons notre identité si nous mettons en œuvre une stratégie de communication claire et cohérente.

Si tous les acteurs de l'organisation (collaborateurs, graphistes, agences, etc.) respectent ses grands principes, Pro Natura pourra être perçue dans tous ses supports de publication comme une entité cohérente. C'est aussi en respectant ces grands principes que nous pourrons donner l'importance qui revient à l'organisation et à ses plus de 140 000 membres.

## II Public cible, responsabilité et domaine d'application

---

### Public cible

Ce Manuel d'identité graphique s'adresse principalement aux conceptrices et concepteurs professionnels Pro Natura, internes ou externes, et aux collaborateurs Pro Natura responsables d'un projet. De plus, les consignes relatives au maniement du texte, de la langue, de la typographie et de la correspondance s'adressent à tous les collaborateurs de Pro Natura.

### Responsabilité

Le Manuel d'identité graphique est obligatoire pour l'Association centrale, y compris les deux centres nationaux, ainsi que pour les produits des sections supérieurs à CHF 5 000 auxquels Pro Natura contribue financièrement, tout comme pour les projets des partenaires auxquels Pro Natura contribue financièrement. Les sections de Pro Natura connaissent l'importance d'une présentation uniforme et mettent en œuvre les spécifications du Manuel d'identité graphique dans la mesure de leurs possibilités personnelles, financières et organisationnelles.

### Domaine d'application

Le Manuel d'identité graphique est applicable à l'ensemble des productions (imprimés, correspondance, internet et en extérieur). Il contient des directives concernant l'utilisation de la langue (voir chapitre 2) et la conception graphique de supports Pro Natura (voir chapitres 3–6). Les consignes relatives aux produits électroniques (sites internet) sont traitées dans un chapitre séparé (voir chapitre 9). Le Manuel d'identité graphique **ne régleme pas** l'information aux visiteurs des régions protégées. Un manuel spécifique lui est dédié: le Manuel Pro Natura Information des visiteurs dans les réserves naturelles (à ce sujet, voir chapitre 10.2).

## III Utilisation du Manuel d'identité graphique, modèles, matériel auxiliaire

---

### Utilisation du Manuel d'identité graphique

Bien qu'un modèle partiel soit fourni, il n'est pas prévu que des non-spécialistes entreprennent seuls des tâches de conception. Les indications techniques du Manuel d'identité graphique sont donc avant tout destinées aux conceptrices et concepteurs professionnels. Les non-spécialistes qui accompagnent la production d'un support de communication dans le cadre d'un projet sont priés de prendre contact à temps avec la division Communication et Marketing.

### Procédure de production

Les supports imprimés ou les projets électroniques qui s'adressent aux membres de Pro Natura et au grand public doivent être pris en charge par **la division Communication et Marketing. Daniel Wirz**, chef de la division Communication et Marketing ([daniel.wirz@pronatura.ch](mailto:daniel.wirz@pronatura.ch)) et **Philippe Maillard**, graphiste ([philippe.maillard@pronatura.ch](mailto:philippe.maillard@pronatura.ch)), sont les principales personnes de contact. La division Communication et Marketing décide en accord avec les responsables du projet de la mise en page, du texte et du type de production (interne ou externe); il donne enfin son autorisation en déclarant le support « prêt à l'impression (bon à tirer) ». La division Communication et Marketing doit également participer à l'étape de planification, car elle peut donner des conseils éclairés et déterminer les procédures à suivre.

### Modèles, gabarits, logos, polices

Des modèles ou des gabarits sont disponibles pour différents produits. Les polices Pro Natura sont installées automatiquement sur chacun des postes de travail du Secrétariat central. La division Communication et Marketing met modèles et polices de caractères à disposition sur simple demande.

Les logos Pro Natura sont disponibles en ligne à l'adresse suivante: [www.pronatura.ch/fr/manuel-ig](http://www.pronatura.ch/fr/manuel-ig)

## IV Disponibilité et modifications du Manuel d'identité graphique

---

### Disponibilité

Le Manuel d'identité graphique est uniquement disponible sous forme électronique, au format PDF. Il peut être téléchargé sur le site internet Pro Natura à l'adresse: [www.pronatura.ch/fr/manuel-ig](http://www.pronatura.ch/fr/manuel-ig). La version la plus à jour du Manuel d'identité graphique est disponible à cette adresse.

### Modifications

Le Manuel d'identité graphique n'est pas un document statique. A l'usage, l'utilisation du Manuel d'identité graphique peut rendre certains ajustements nécessaires. Les suggestions correspondantes doivent être adressées par courriel ([daniel.wirz@pronatura.ch](mailto:daniel.wirz@pronatura.ch)) à la division Communication et Marketing, qui regroupe et vérifie les demandes, et actualise régulièrement le guide.

En fonction de l'ampleur des changements souhaités, la division Communication et Marketing ou la direction décide de les inclure dans le Manuel d'identité graphique ou non. Les demandes de changements assez volumineuses sont soumises à la direction de Pro Natura par la division Communication et Marketing. Les informations concernant les demandes de changements reçues et l'avancée de leur mise en place sont regroupées dans un document.

## 1.1 Introduction

### Pro Natura - Identité et représentation

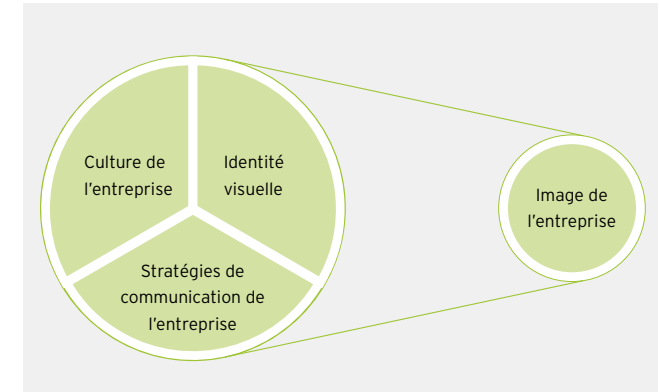
L'identité d'entreprise (**Corporate Identity, CI**) désigne l'identité et l'image qu'elle dégage à l'extérieur. L'histoire, les traditions et donc de la culture de l'entreprise façonnent cette identité d'entreprise.

#### On fait la différence entre :

- > identité graphique ou apparence visuelle (Corporate Design)
- > communication d'entreprise (Corporate Communication)
- > éthique/culture d'entreprise (Corporate Behaviour/Culture)
  - les relations entre les collaborateurs et en dehors de l'entreprise
- > image de l'entreprise (Corporate Image)
  - l'image que dégage l'entreprise à l'extérieur

L'identité visuelle (**Corporate Design, CD**) fait partie de l'identité d'entreprise. Elle comprend tout ce qui concerne les représentations visuelles d'une entreprise ou d'une organisation. La création des supports de communication (logo, courriers, moyens publicitaires, etc.) ainsi que les produits font partie de l'identité visuelle. La conception de ces éléments se déroule sous des lignes directrices homogènes ; l'objectif consiste en effet à ce qu'il y ait un effet de reconnaissance de la marque chez le destinataire.

### Identité d'entreprise



Les trois instruments de l'identité d'entreprise (identité que veut donner l'entreprise d'elle-même)  
Identité graphique – visualité  
Communication d'entreprise – message  
Culture de l'entreprise

Image de l'entreprise (image perçue de l'extérieur)



## 1.2 Vision, identité, image de marque

### La vision de Pro Natura

L'humanité s'engage en faveur de la nature et du paysage. La biodiversité augmente à nouveau.

Approuvé par le Conseil des délégués le 13 décembre 2008

### L'esprit de Pro Natura

Pro Natura est l'organisation phare protégeant la nature en Suisse. Elle défend avec force et compétence les intérêts de la nature, réalise des projets, informe et motive.

Approuvé par le Conseil des délégués le 26 août 2006

### L'image de marque Pro Natura

L'image de marque actuelle a été adoptée le 28 août 2004 par le Conseil des délégués Pro Natura. Elle est disponible sur un flyer (de la taille d'une carte de crédit) ou peut être téléchargée sur intranet et sur le site internet de Pro Natura (format PDF).

### Die Pro Natura Vision

Die Menschen engagieren sich für Natur und Landschaft. Die Biodiversität nimmt wieder zu.

Vom Delegiertenrat verabschiedet am 13. Dezember 2008

### Das Pro Natura Selbstverständnis

Pro Natura ist die führende Organisation für den Naturschutz in der Schweiz. Sie verteidigt engagiert und kompetent die Interessen der Natur, setzt Projekte um, informiert und begeistert.

Vom Delegiertenrat am 26. August 2006 verabschiedet

## 1.3 Slogan

### Le slogan Pro Natura

#### Pro Natura – agir pour la nature, partout !

Le slogan peut et doit être systématiquement mis en avant ; il doit être une véritable marque de fabrique et peut s'utiliser de trois manières :

##### Directement sous le logo Pro Natura

« Für mehr Natur – überall! », « Agir pour la nature, partout ! »,  
« Agire per la natura, ovunque ! »

Attention : le slogan s'écrit avec une typographie précise quand il figure avec le logo Pro Natura (voir chapitre 3.2).

##### Sans le logo Pro Natura

« Pro Natura – für mehr Natur, überall! » « Pro Natura - agir pour la nature, partout ! », « Pro Natura - agire per la natura, ovunque ! »

##### Inséré dans les textes

L'année dernière, les opérations s'étaient taillées une nouvelle fois un franc succès, ... car Pro Natura **agit pour la nature, partout.**

## 1.4 Brèves descriptions de Pro Natura

### Brèves descriptions de Pro Natura

Les présentations suivantes servent à décrire Pro Natura en quelques phrases (p. ex. au verso de brochures, de livres, dans les supports destinés aux médias, etc.) :

Version courte

#### **Pro Natura – agir pour la nature, partout !**

Pro Natura est avec plus de 160 000 membres la principale organisation de protection de la nature en Suisse. Elle défend les intérêts de la nature avec conviction et compétence. Pro Natura s'engage résolument pour la conservation à long terme des habitats et des espèces animales et végétales du pays.

Version longue

#### **Pro Natura – agir pour la nature, partout !**

Pro Natura est la principale organisation de protection de la nature en Suisse. Elle défend les intérêts de la nature avec conviction et compétence. Pro Natura s'engage résolument pour la conservation à long terme des habitats et des espèces animales et végétales du pays. Pro Natura poursuit ses buts en protégeant la nature au niveau politique et sur le terrain, ainsi que par un travail d'éducation et d'information. Elle planifie, réalise et favorise des projets en faveur d'espèces et d'habitats menacés et, en tant qu'avocate de la nature, défend leurs intérêts. Elle incite de plus en plus de gens à prendre en compte la nature. Un des actes pionniers de Pro Natura, fondée en 1909, fut d'établir le Parc national suisse. Aujourd'hui, elle gère plus de 700 réserves naturelles et une douzaine de centres-nature dans tout le pays. En tant qu'organisation privée d'utilité publique, Pro Natura est tributaire des cotisations des membres et de dons. Pro Natura compte plus de 160 000 membres et est active sur tout le territoire helvétique grâce à ses sections cantonales.

Version courte

#### **Pro Natura – für mehr Natur, überall !**

Pro Natura ist mit über 160 000 Mitgliedern die führende Organisation für Naturschutz in der Schweiz. Engagiert und kompetent verteidigt Pro Natura die Interessen der Natur. Sie setzt sich entschlossen für die Förderung und den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein.

Version longue

#### **Pro Natura – für mehr Natur, überall !**

Pro Natura ist die führende Organisation für Naturschutz in der Schweiz. Sie verteidigt engagiert und kompetent die Interessen der Natur. Entschlossen und konsequent setzt sie sich für die Förderung und den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein. Ihre Ziele verfolgt Pro Natura mit politischem und praktischem Naturschutz sowie Bildungs- und Informationssarbeit. Sie plant, realisiert und fördert Projekte für gefährdete Arten und Lebensräume und vertritt als Anwältin der Natur deren Interessen. Pro Natura motiviert immer mehr Menschen dazu, der Natur Sorge zu tragen. Zu den Pioniertaten der 1909 gegründeten Organisation gehört die Schaffung des Schweizerischen Nationalparks. Heute betreut Pro Natura über 700 Naturschutzgebiete und ein Dutzend Naturschutzzentren in der ganzen Schweiz. Als privater, gemeinnütziger Verein ist Pro Natura auf Mitgliederbeiträge und Spenden angewiesen. Pro Natura zählt über 160 000 Mitglieder und ist mit ihren Sektionen in allen Kantonen der Schweiz aktiv.

## 2.1 Langues

---

### Langues utilisées

Pro Natura communique dans deux langues, l'allemand et le français. L'italien est utilisé uniquement dans des cas exceptionnels (p. ex. dans le Magazine Spécial, le journal pour enfants, pour l'animal de l'année, les campagnes ayant un lien important avec la Suisse italienne, etc.)

Les textes traduits doivent être toujours relus par un·e collaborateur·trice Pro Natura de langue maternelle correspondant au texte final.

L'utilisation de mots anglais doit être évitée chaque fois que possible. Un mot anglais ne sera utilisé que lorsqu'aucun terme français n'est satisfaisant.

### Orthographe en français

Les propositions de rectification de l'orthographe française de 1990 sont de plus en plus utilisées (information sur [www.orthographe-recommandee.info](http://www.orthographe-recommandee.info)). Pro Natura utilise les deux systèmes, selon les auteurs, les types de documents et les publics cibles. Un même terme doit cependant être rédigé selon la même orthographe au sein du document.

### Formes du masculin et du féminin en français

Pro Natura utilise dans ses textes le masculin et le féminin. Lorsque c'est possible, elle utilise les termes épicènes. Les désignations de personnes sont féminisées ou masculinisées : « Une préfète, un préfet ; une demandeuse, un demandeur ; une juge, un juge ; une cheffe, un chef. » L'ordre de citation est féminin, masculin. L'accord et la reprise se font au plus proche, soit au masculin. Pro Natura utilise le point médian pour les formes contractées destinées à signifier la mixité, et non pas les traits d'union, les parenthèses ou la barre oblique : « Les président·e·s de tribunal sont chargé·e·s de... ».

### Typographie française

Des règles typographiques propres à la Romandie existent. Par exemple, l'utilisation des guillemets français ou les espaces avant certains signes de ponctuation. Sauf exception pour des raisons de production, les règles définies dans le Guide du typographe romand (Association suisse des typographes) s'appliquent pour les textes en français.

### Orthographe en allemand

Pro Natura adopte les nouvelles règles orthographiques de l'allemand. Quand il existe plusieurs variantes orthographiques, Pro Natura choisit les recommandations du « Duden » signalées en jaune.

### Formes du masculin et du féminin en allemand

Dans les textes, Pro Natura utilise les formes masculines et féminines de manière équivalente. Lors de la première occurrence d'un nom au sein d'un document, les deux genres doivent être utilisés. Exemple : « Teilnehmerinnen und Teilnehmer », « Gönnerin und Gönner », etc. Pour les occurrences suivantes, il est possible d'utiliser alternativement la forme masculine ou féminine, ou des termes de genre neutre. Exemple : « Die Teilnehmenden der Tagung waren sehr zufrieden ». Les publications Pro Natura n'emploient pas le « i » majuscule. Dans les cas fondés, par exemple les annonces de recrutement, il est permis d'utiliser les graphies « Mitarbeiter/-in », « Projektleiter/-in », mais pas « MitarbeiterIn ».

### 2.3 Le nom « Pro Natura » dans les textes

#### Utilisation du nom « Pro Natura » dans les textes

« Pro Natura » est la seule marque verbale utilisée. L'identité visuelle de Pro Natura gagnera grandement en clarté si les règles énoncées ci-dessous sont respectées

#### Utilisation du nom « Pro Natura » dans les courriers

*Pro Natura - Ligue suisse pour la protection de la nature* est le nom officiel, inscrit au Registre de commerce. Les contrats et les accords portent donc toujours cette mention. Le nom Pro Natura figure uniquement dans les courriers. Exemple :

Avec nos meilleures salutations  
Pro Natura

#### Utilisation du nom « Pro Natura » dans les textes

La mention *Pro Natura* figure uniquement dans les textes, les titres et les en-têtes. L'appellation *Pro Natura – Ligue suisse pour la protection de la nature* est utilisée dans les textes ayant un caractère officiel mais est indiquée uniquement la première fois où *Pro Natura* est mentionnée. La mention Pro Natura est ensuite utilisée.

#### Minuscules et Majuscules

*Pro Natura* prend toujours une majuscule et s'écrit donc Pro Natura. Seul le logo Pro Natura est écrit en majuscules (*PRO NATURA*) ou en minuscules (*pro natura*).

#### Utilisation du nom « Pro Natura » avec le nom d'une fonction

Les noms de fonctions accompagnés de la mention Pro Natura s'écrivent de la manière suivante :

... *Le Conseil des délégués Pro Natura*  
... *Les sections Pro Natura*  
... *Les employés Pro Natura*  
etc.

#### Pro Natura est féminin

Pro Natura s'emploie sans article ; « la Pro Natura » n'est donc pas acceptée. Un texte qui désigne Pro Natura par un pronom emploiera un pronom féminin. Exemple :

*Pro Natura a lancé une nouvelle campagne. Elle souhaite...*

On utilisera de préférence un nom féminin quand Pro Natura est désignée par un synonyme. Exemple :

... *l'organisation, l'organisation de protection de la nature, l'ONG (Organisation non-gouvernementale)* (au lieu de groupe ou groupement).

#### Aucun signe de ponctuation

Dans les noms composés, Pro Natura s'écrit sans tirets et sans marques de ponctuation. Exemples :

... *La stratégie de Pro Natura...*

... *Chères et chers membres Pro Natura...*

#### Aucune abréviation

Le nom Pro Natura ne doit pas être abrégé.

#### L'abréviation LSPN s'utilise uniquement dans un contexte historique

L'appellation Ligue suisse pour la protection de la nature ou LSPN est seulement utilisée dans un contexte historique.

... *La Ligue suisse pour la protection de la nature s'est depuis les années septante...*

... *La LSPN a été jusqu'à la fin de l'année 1996 ...*

#### Pro Natura au niveau régional

Les sections Pro Natura s'appellent par exemple *Pro Natura Zurich*. Les centres nationaux sont toujours désignés sous le même type d'appellation. Exemples : *Centre Pro Natura de Champ-Pittet, Centre Pro Natura d'Aletsch*.

### 2.4 Titres des publications

---

#### Titres des publications

Les titres des publications portent toujours la mention Pro Natura. Exemples : « Position de Pro Natura sur l'agriculture », « Magazine Pro Natura », « Rapport d'activités Pro Natura », etc.

Dans ces cas-là, le logo Pro Natura ne doit pas être utilisé pour désigner Pro Natura.

## 3.1 Aperçu

### Signature et emblème

Le logo Pro Natura se compose de la signature « pro natura » et de l'emblème représentant un bouquetin.

Pour répondre à la croissance de sa structure organisationnelle, d'autres types de logo ont été développés afin de faire la différence entre les échelons supérieurs et inférieurs de l'organigramme de Pro Natura.

### Modèle de base utilisé au niveau national

Le modèle de base du logo Pro Natura se compose uniquement de la signature « pro natura » et de l'emblème représentant un bouquetin.

### Modèle de base avec slogan utilisé au niveau national

Le modèle de base peut être modifié et inclure le slogan « Agir pour la nature, partout! ». Ce modèle est utilisé dans des cas précis.

### Variantes régionales

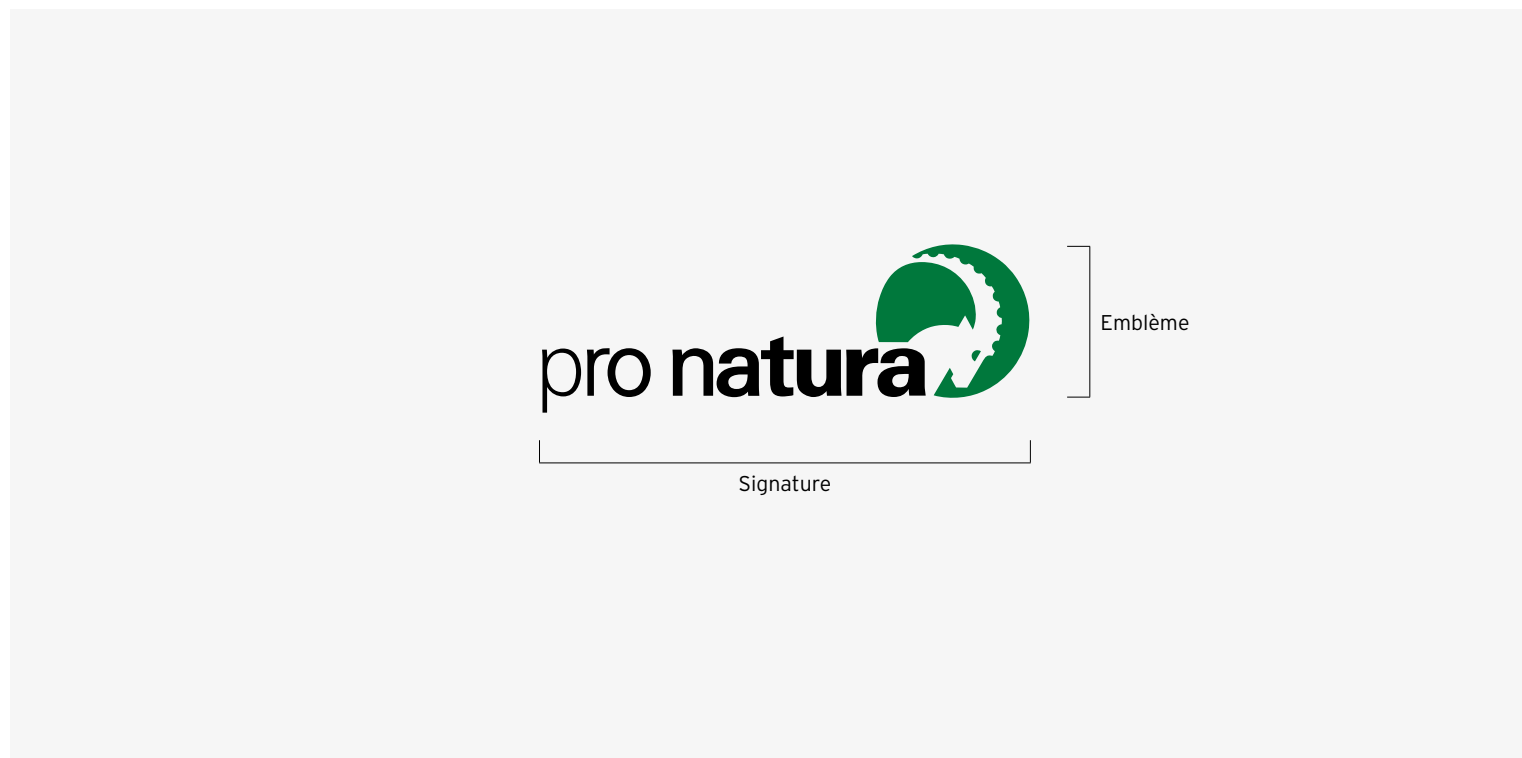
Une ligne supplémentaire mentionnant le nom de la région permet de faire la différence entre les sections.

### Variantes nationales

Une ligne supplémentaire complète le modèle de base du logo utilisé au niveau national. Elle permet de faire la différence entre les centres, le Secrétariat romand et les Amis de la Terre.

### Important

- ⊗ Les différents types de logo qui présentent des lignes supplémentaires ne peuvent pas être utilisés avec le modèle où figure le slogan.
- ⚠ L'emblème seul doit être utilisé uniquement dans des cas spécifiques et servir d'élément conceptuel supplémentaire.



Signature et emblème : Modèle de base



Modèle de base avec slogan utilisé au niveau national



Modèle de base utilisé au niveau national



Variante du logo utilisée au niveau régional



# Logo Pro Natura

## 3.2 Modèle de base avec slogan utilisé au niveau national

### Logo Pro Natura utilisé avec un slogan

Après discussion avec la division Communication et Marketing, le modèle de base peut être complété par le slogan « Agir pour la nature, partout ! ».

Le modèle correspondant (format .eps) peut être obtenu auprès de la division Communication et Marketing.

### Slogan (voir chapitre 1.3)

> **Allemand:**

Für mehr Natur – überall!

> **Français:**

Agir pour la nature, partout!

> **Italien:**

Agire per la natura, ovunque!

### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias nationaux (support papier et électronique)



Für mehr Natur - überall!

Allemand



Agir pour la nature, partout!

Français



Agire per la natura, ovunque!

Italien

# Logo Pro Natura

## 3.3 Variantes nationales (centres, Secrétariat romand)

### Variantes nationales

Des variantes par rapport au modèle de base du logo Pro Natura sont admissibles pour différencier les structures organisationnelles de Pro Natura. Ces variantes concernent le centre Pro Natura de Champ-Pittet, le centre Pro Natura Aletsch ainsi que le Secrétariat romand. Les lignes supplémentaires correspondantes sont définies.

Le modèle correspondant (format .eps) peut être obtenu auprès de la division Communication et Marketing.

### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias locaux (support papier et électronique)



## Logo Pro Natura

### 3.4 Les Amis de la Terre Suisse

#### Les Amis de la Terre

Pro Natura est membre de l'association Les Amis de la Terre International (FoEI). Par son adhésion au réseau FoEI mondial, Pro Natura déclare sa ferme conviction que la protection de la nature ne connaît pas de frontières et qu'elle est indissociable des questions économiques et sociales.

#### Logo Friends of the Earth Switzerland

Ce logo est une variante spéciale du modèle de base et est utilisé exclusivement en relation avec les projets de partenariat internationaux. Le modèle correspondant (format .eps) peut être obtenu auprès de la division Communication et Marketing.

#### ➔ Domaines d'utilisation

> Projets avec partenaires internationaux



## 3.5 Variantes utilisées au niveau régional (sections)

### Sections

Quand il s'agit des sections, le nom du canton (unilingue ou multilingue) se trouve sous le logo.

### Centres régionaux et fondations

La désignation « Centre » ou « Fondation » doit être toujours affichée : p. ex. « Fondation des Grangettes ».

Le modèle correspondant (format .eps) peut être obtenu auprès de la division Communication et Marketing.

### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias locaux  
(support papier et électronique)



# Logo Pro Natura

## 3.6 Variantes de couleurs

### Variantes de couleurs du logo Pro Natura

Tous les logos Pro Natura existent en trois couleurs : coloré, noir ou blanc

#### Logo coloré

> uniquement sur un fond blanc ou sur un fond très clair

#### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias imprimés (4 couleurs et 2 couleurs)
- > Médias (support électronique et numérique)

#### Logo noir

> sur fond de couleur ou sur fond clair

#### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias imprimés (1 couleur : noir/blanc)
- ✗ Pas d'utilisation dans les médias numériques

#### Logo blanc

> sur fond de couleur sombre

#### ➔ Domaines d'utilisation

- > Médias imprimés (4 couleurs et 2 couleurs)
- ✗ Pas d'utilisation dans les médias numériques

#### Logo blanc

> sur une photo

#### ➔ Domaines d'utilisation

- > Affiches, posters, cadeaux publicitaires etc.
- > Médias numériques

### D'autres variantes de couleurs du logo

Pro Natura ne peuvent être utilisées.



#### Logo en couleur

Euroscale 4 couleurs CMYK 100 / 0 / 91 / 28  
 2 couleurs : noir / Pantone 356  
 RGB : noir 0 / 0 / 0 / vert 0 / 116 / 65  
 Web : noir #000000 / vert #007441  
 Enseignes : RAL 6029 vert menthe / RAL 9005 noir foncé



#### Logo noir

Euroscale 1 couleur CMYK 0 / 0 / 0 / 100  
 RGB : noir 0 / 0 / 0



#### Logo blanc

Euroscale 1 couleur CMYK 0 / 0 / 0 / 0  
 RGB : blanc 255 / 255 / 255



## 4.1 Insertion du logo dans une trame

### Base de départ

Le logo Pro Natura a une taille de base de 100 % avec une trame présentant une unité de 5x5 mm.

### Utilisation d'unités comme moyen d'établissement des distances

Les unités présentes dans une trame permettent d'identifier les distances qui séparent le logo Pro Natura du slogan et des désignations géographiques. Les unités définissent également la zone de protection du logo (voir chapitre 4.2) et la distance entre les marges et les éléments conceptuels (chapitre 4.3).

> Une « unité » correspond à environ un quart de la hauteur et de la largeur de l'emblème Pro Natura (bouquetin). Cette unité permet de définir toutes les distances.

#### ① Logo Pro Natura

Le logo Pro Natura fait quatre unités de hauteur et 13 de largeur.

#### ② Noms de régions

La distance entre la ligne d'écriture du logo et la ligne de pied où figure le nom de la région est d'une unité.

#### ③ Slogan

La distance entre la ligne d'écriture du logo et la ligne de tête du slogan est d'une unité.

### Important

➡ Les distances définies ci-dessus ne doivent pas être modifiées.

**Définition des distances dans une trame représentant des unités**

The diagram illustrates the placement of the Pro Natura logo and slogan on a grid. The logo is 4 units high and 13 units wide. The slogan is placed below the logo, and the region name is placed below the slogan. The distance between the logo and the slogan is 1 unit. The distance between the slogan and the region name is 1 unit. The distance between the region name and the bottom margin is 1 unit. The distance between the logo and the right margin is 1 unit. The distance between the slogan and the right margin is 1 unit. The distance between the region name and the right margin is 1 unit. The distance between the logo and the top margin is 1 unit. The distance between the slogan and the top margin is 1 unit. The distance between the region name and the top margin is 1 unit.

① Définition des distances dans une trame représentant des unités

② Définition des distances dans une trame représentant des unités

③ Définition des distances dans une trame représentant des unités

x = Unité

Alignement à droite 3

Alignement à gauche 7

## 4.2 Zone de protection

### Définition de la zone de protection

La zone de protection qui entoure le logo Pro Natura marque la distance minimale qui sépare les limites du format, les marges, les éléments conceptuels ou d'autres logos.

### Distances entre les marges et les éléments conceptuels

D'importantes zones de protection ont été déterminées dans les trois versions du logo Pro Natura. L'objectif est d'arriver à ce qu'il y ait un espace équilibré sur le plan visuel :

#### ①-② Logo et emblème

> Distances minimales : une unité respectivement à gauche, en haut, à droite et en bas.

#### ③ Logo avec slogan

> Distances minimales : une unité respectivement à gauche, en haut et à droite. Trois unités allant de la ligne de base jusqu'en bas.

#### ④ Logo avec un nom de région

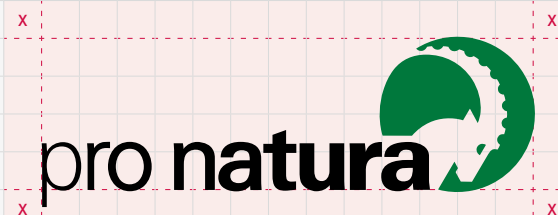
> Distances minimales : une unité respectivement à gauche, en haut, droite. Deux unités allant de la ligne de base jusqu'au bas.

### Important

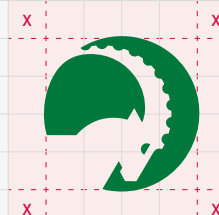
➡ La zone de protection ne doit pas être franchie. Tous les éléments conceptuels doivent donc se situer en dehors des zones marquées en rouge.

### Zone de protection : distance minimale séparant les marges et les éléments conceptuels

①



②



③



④



x = Unité

## 4.3 Position et distance

### Position du logo

Le Logo Pro Natura figure dans la mesure du possible dans le motif représentant la vague (voir 4.6).

Dans la conception de la page de garde, la position du logo est définie à l'intérieur de la vague dans les gabarits adéquats (voir 4.6-4.7).

Le logo Pro Natura se situe en principe en bas à droite. Sur les courriers, il figure en haut à droite.

En dehors de ces modèles, le logo est positionné selon les directives suivantes :

- > Comme le montrent les modèles ci-contre, le logo Pro Natura peut figurer contre n'importe quelle marge avec des distances définies au préalable.
- > Le logo ne doit pas être centré ou intégré sauf pour des supports représentant uniquement le logo (p. ex. un transparent ou un drapeau).
- > Dans la mise en page, le logo est positionné au ras de la surface de composition.

### Important

- ➔ Cette directive est valable uniquement si un imprimé ne présente aucun gabarit
- ➔ La position du logo Pro Natura sur les pages de garde est définie dans des formats différents et sert de gabarit (voir chapitre 8.1, Publications)

Position : haut / gauche Distances : 3 x 2.5 unités



Position : haut / droite Distances : 3 x 4 unités



Position : bas / gauche Distances : 3 x 2.5 unités



Position : bas / droite Distances : 3 x 4 unités



Logo avec un slogan ou un nom de région situé sous la ligne de base de l'emblème : 4 unités

x = Unité



## 4.4 Dimensions du logo sans le motif de la vague

### Dimensions du logo pour formats DIN

Pour les formats d'impression les plus courants, les tailles sont prédéfinies et dépendent du format.

La largeur des logos correspond aux distances indiquées dans le chapitre 4.3.

Les distances sont toujours proportionnelles à la taille du logo.

### Dimensions du logo pour des formats autres que DIN

Les logos figurant sur les drapeaux, les transparents, les supports promotionnels gratuits, etc., n'ont aucune dimension prédéterminée. La taille dépend en effet de l'espace existant et surtout du contexte dans lequel est dessiné le logo.

> Les directives qui s'appliquent aux formats autres que DIN sont définies dans les chapitres 4.2 et 4.3.

### Important

- ➡ Ces directives concernent toutes les variantes de logo, même celles portant un slogan et un nom de région.
- ➡ Le slogan ne doit pas figurer avec le logo quand ce dernier mesure 16 mm de largeur (taille minimale). Ceci dépend de la technique d'impression.

### Dimensions du logo pour formats DIN



Format : A3  
> Largeur du logo : 85 mm



Format : A4 et C4  
> Largeur du logo : 65 mm (logo 100 %)



Format : A5 et C5  
> Largeur du logo : 53 mm



Format : A6 et C6  
Format : A6/5 et C6/5  
> Largeur du logo : 43 mm

### Taille minimum du logo



> Largeur du logo : 16 mm  
aucun slogan

### Dimensions du logo et des distances (proportions)

Largeur du logo : 65 mm



Largeur du logo : 43 mm



- ➡ Les distances sont toujours proportionnelles aux dimensions du logo.

## Fabrication du logo Pro Natura

### 4.5 Distance avec les autres logos

#### Distance

Les distances avec les autres logos (à gauche et à droite) sont d'au moins trois unités.

#### Proportion / Pondération

Les autres logos ne doivent pas être plus gros que le logo Pro Natura.

#### Dimensions

Les distances gardent la même proportion quand il y a des agrandissements et des réductions.

#### Important

➔ La distance est de trois unités (en haut et en bas) quand le logo Pro Natura et les logos d'autres organisations figurent en ordre vertical.



## 4.6 Insertion du logo avec le motif de la vague - utilisation au niveau national

### Le motif de la vague comme élément conceptuel

Quand il s'agit de produits d'impression, le logo Pro Natura est généralement accompagné d'un motif en forme de vague. Cet élément conceptuel est une marque de reconnaissance importante et permet de définir précisément la taille et la position du logo.

Reproductions 1:1



### Utilisation

- > L'ensemble logo et « vague » est principalement utilisé pour les pages de garde, les mailings ou les encarts publicitaires.
- > Cet ensemble peut être utilisé pour d'autres supports (uniquement sur demande).

A4

### Dimensions

- > La largeur de l'ensemble logo et « vague » pour les formats A4, A5 et A6/5 est représentée dans les exemples ci-contre.
- > D'autres dimensions sont disponibles uniquement sur demande.



A5 80%

### Couleur de la vague

- > Les couleurs et les possibilités de combinaison entre les logos et la « vague » sont décrites dans le chapitre 3.6.

### Important

- ⊗ Il n'est pas permis de les mélanger à des transparents
- ⊗ Ne peut s'utiliser dans les médias numériques
- ⊗ Ne peut s'utiliser avec un slogan



A6/5 réduit à 80 % réduit (taille minimale d'utilisation)

## 4.7 Insertion du logo avec le motif de la vague - utilisation au niveau régional

### Le motif de la vague comme élément conceptuel

Quand il s'agit de produits d'impression, le logo Pro Natura est généralement accompagné d'un motif en forme de vague. Cet élément conceptuel est une marque de reconnaissance importante et permet de définir précisément la taille et la position du logo.

Reproductions 1:1



### Utilisation

- > L'ensemble logo et « vague » est principalement utilisé pour les pages de garde, les mailings ou les encarts publicitaires.
- > Cet ensemble peut être utilisé pour d'autres supports (uniquement sur demande).

A4

### Dimension

- > La largeur de l'ensemble logo et « vague » pour les formats A4, A5 et A6/5 est représentée dans les exemples ci-contre
- > D'autres dimensions sont disponibles uniquement sur demande.



A5 80%

### Couleur de la vague

- > Les couleurs et les possibilités de combinaison entre les logos et la « vague » sont décrites dans le chapitre 3.6.

### Important

- ⊗ Il n'est pas permis de les mélanger à des transparents
- ⊗ Ne peut s'utiliser dans les médias numériques
- ⊗ Ne peut s'utiliser avec un slogan



A6/5 réduit à 80 % réduit (taille minimale d'utilisation)

## 4.8 Insertion du logo avec le motif de la vague

### Logo inséré avec un élément conceptuel (avec ou sans cadre)

Un cadre complète le motif de la vague, quand il s'agit de périodiques (p. ex. Magazine Pro Natura, journal pour enfants). Dans les autres publications (brochures, mailings, etc.), la « vague » n'est insérée dans aucun cadre.

#### Utilisation

- > L'ensemble logo, « vague » et cadre est exclusivement utilisé pour les périodiques et les offres d'emploi.
- > L'ensemble logo et « vague » est principalement utilisé pour les pages de garde, les mailings ou les encarts publicitaires.
- > Cet ensemble peut être utilisé pour d'autres supports (uniquement sur demande).

#### Dimensions

- > La largeur de l'ensemble logo et « vague » pour les formats A4, A5 et A6/5 est représentée dans les exemples ci-contre.
- > D'autres dimensions sont disponibles uniquement sur demande.

#### Couleur de la vague

- > Les couleurs et les possibilités de combinaison entre les logos et la « vague » sont décrites dans le chapitre 3.6.

#### Important

- ⊗ Il n'est pas permis de les mélanger à des transparents
- ⊗ Ne peut s'utiliser dans les médias numériques
- ⊗ Ne peut s'utiliser avec un slogan

### Exemple de présentation avec cadre pour magazines, affiches et encarts publicitaires



Exemple tiré de la palette de couleurs Pro Natura

100% pron\_a\_color\_green2 20%

### Exemple de présentation sans cadre pour brochures d'information et mailings



## 4.9 Couleurs d'arrière-plan dans la vague

### Gamme de couleurs

Le logo Pro Natura de couleur ne doit pas être utilisé avec n'importe quelle couleur d'arrière-plan. Pour que le logo reste très visible, les couleurs d'arrière-plan autorisées doivent être fortement éclaircies. Un logo noir ou blanc est autorisé seulement si une couleur est utilisée à 100 %.

### Utilisation

> Médias imprimés, 4 couleurs :

- 7 % prona\_color\_black
- 10 % prona\_color\_green1
- 20 % prona\_color\_green3
- 10 % prona\_color\_ocker
- 20 % prona\_color\_blue1
- 15 % prona\_color\_sand1
- 12 % prona\_color\_stone1

Médias imprimés, 2 couleurs :

- 7 % prona\_color\_black
- 10 % prona\_color\_green1
- couleur du papier neutre

### Important

- ⊗ D'autres couleurs ne sont pas autorisées
- ⊗ Pas d'utilisation de médias numériques
- ⊗ Pas de nuance de rouge



## Fabrication du logo Pro Natura

### 4.10 Logo sur une couleur de fond 100 % dans la vague

#### Gamme de couleurs pour le logo dans la vague

Lorsqu'une couleur est utilisée à 100 %, seul le logo Pro Natura blanc ou noir est autorisé.

#### Utilisation

> Médias imprimés 4 couleurs :

- 7 % prona\_color\_black
- 10 % prona\_color\_green1
- 20 % prona\_color\_green2
- 10 % prona\_color\_ocker
- 20 % prona\_color\_blue1
- 15 % prona\_color\_sand1
- 12 % prona\_color\_stone1

> Médias imprimés 2 couleurs :

- 7 % prona\_color\_black
- 10 % prona\_color\_green1
- couleur du papier neutre

#### Important

- ✘ D'autres couleurs ne sont pas autorisées
- ✘ Pas d'utilisation de médias numériques
- ✘ Pas de nuance de rouge



## 5.1 Polices Pro Natura

### La typographie comme élément de mise en page

La typographie est une composante importante de l'identité visuelle de Pro Natura. Essentiellement, deux polices sont utilisées : Interstate et ITC Slimbach Std.

#### Interstate

« Interstate Bold » est utilisée pour les titres et les exergues. « Interstate Light » sert de police courante pour les textes courts, les encadrés, et les textes nécessitant l'emploi d'une police sans serif.

#### ITC Slimbach Std

ITC Slimbach Std est la police Pro Natura pour le texte courant, la correspondance et tous les textes longs. Cette police est au format Opentype et peut être utilisée sous Mac OS et Windows.

#### Utilisation interne

A l'interne (correspondance, documents Word interne, etc.) la police **ITC Slimbach Std 12pt** exclusivement (en position en drapeau) doit être utilisée.

#### Autres polices

En ligne, les polices « Verdana Bold » et « Verdana Regular » sont utilisées. Le journal pour enfants Pro Natura emploie les polices « Grobold » et « Gilligans ». En règle générale, il n'est pas permis d'utiliser d'autres polices.

Toute exception doit être approuvée par la division Communication et Marketing.

### Publications (y compris Magazine Pro Natura)

Interstate Bold : titres, sous-titres, intertitres et chapeaux

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Interstate Light : textes courts

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Interstate Regular : exergues et titres des textes courts

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book : textes longs

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ITC Slimbach Std Bold : titres et exergues pour les textes longs

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book Italic : exergues dans les textes longs

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

ITC Slimbach Std Bold Italic : exergues dans les textes longs

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

### Correspondance

ITC Slimbach Std Bold : titres

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book : textes longs

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

#### Internet / sites

Verdana Bold : titres

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Verdana Regular : textes

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

#### Internet / Courriels

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890



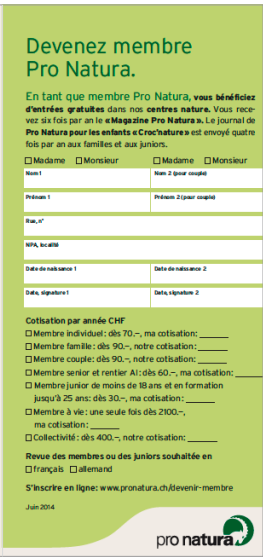
## 5.2 Exemples d'utilisation des polices Pro Natura



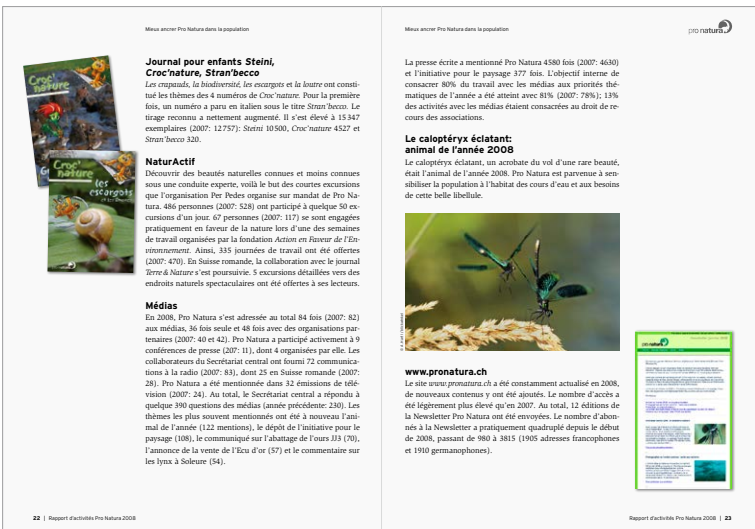
Dépliant : titre Interstate Bold



Titre : Interstate Bold / texte : Interstate Light pour textes courts



Papier à lettres : texte ITC Slimbach Std 12pt



Rapport d'activité : titre Interstate Bold / texte ITC Slimbach Std 12pt pour textes longs

## 6.1 Langage visuel

### Généralités

Le langage visuel utilisé par Pro Natura est clair et naturaliste, sans retouche. Il montre la nature telle qu'elle est. La qualité des images est élevée, et elles reproduisent fidèlement les couleurs. Les images sont toujours accompagnées par les informations sur le copyright et, si possible, par une légende.

### Important :

> Source de l'image : adjoindre à chaque image la source (agence) ou le nom du ou de la photographe :

- Police : Interstate Regular 5pt

> Légende : si possible, ajouter une légende

- Police : Interstate Regular 8pt

➔ N'utiliser une image que lorsque les droits correspondants ont été acquittés. Pro Natura décline toute responsabilité.



© Peter Weidmann

### Esthétique, atmosphère et message

Les images constituent des éléments cruciaux de l'identité visuelle de Pro Natura, qui permettent de transmettre son message. Pro Natura utilise aussi bien de grandes que de petites images, généralement belles. Une image doit dire beaucoup de choses.

De plus, il est possible de jouer sur la netteté, tant pour des raisons d'esthétique que de communication.



© Pro Natura / Beat Hauenstein

### Images documentaires

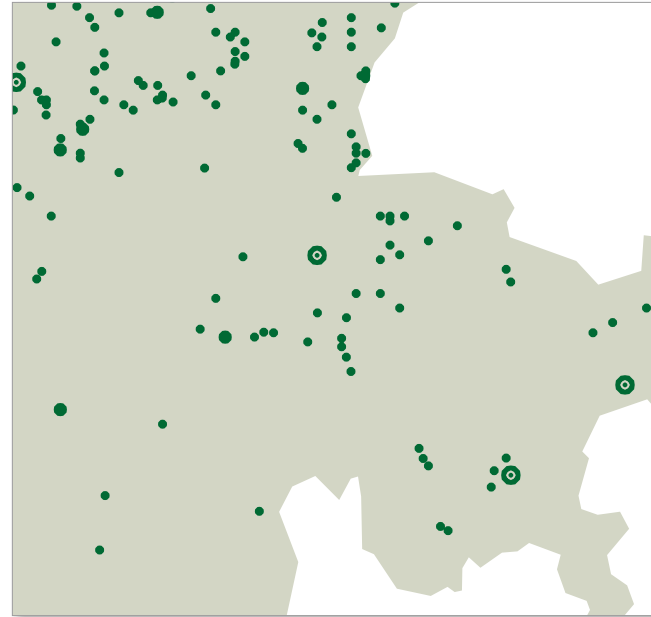
Les images documentaires peuvent permettre de clarifier une situation. Ces images sont expressives et transmettent une information claire à celui ou celle qui les regardent. Elles sont toujours accompagnées d'une légende.

## 6.2 Graphisme

### Graphisme

Pro Natura n'emploie des dessins qu'avec beaucoup de parcimonie. Ils doivent toujours avoir un but explicatif, plutôt que décoratif.

Ils ne doivent être employés que s'il n'existe aucun original naturel, ou si le message que l'on souhaite faire passer ne peut être photographié. Cela peut être le cas dans les introductions, ou dans le journal pour enfants Pro Natura.



Cartes infographiques : fonctionnelles, claires et minimales

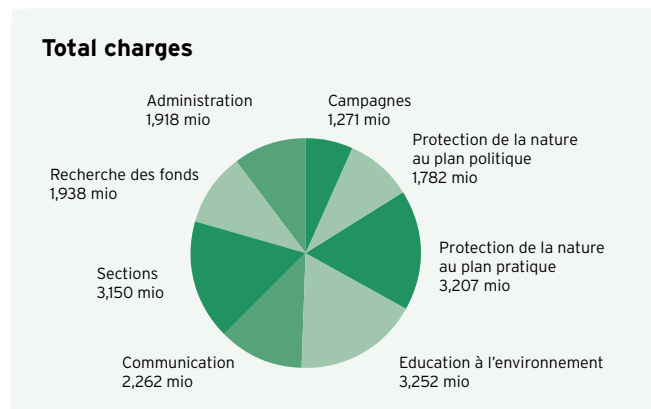


Diagramme du rapport d'activités



Illustration du journal pour enfants Croc'Nature



## 6.3 Logos et visuels

### Campagnes Pro Natura

Pour les campagnes Pro Natura, utilisez les logos et visuels Pro Natura, généralement avec un slogan ou un titre.

### Autres domaines d'activité

Il peut être intéressant de créer des visuels et des slogans spécifiques pour les initiatives, la communication dans les réserves naturelles et d'autres activités courant sur plusieurs années et d'une certaine importance.

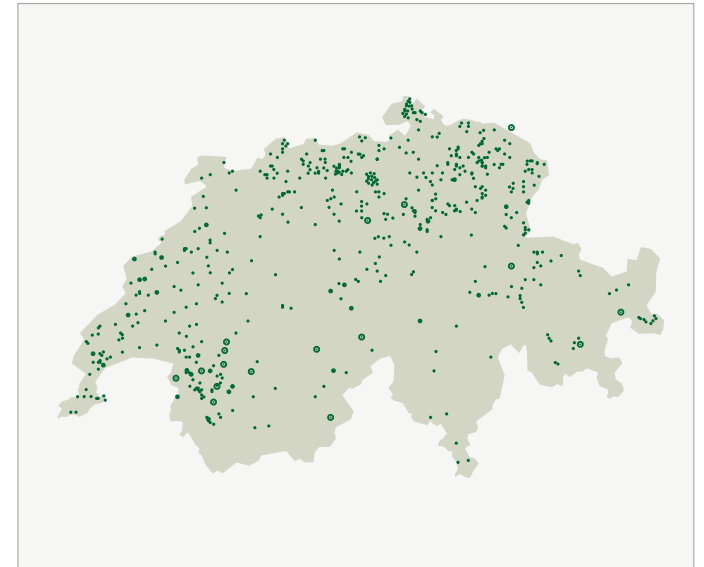
### Logos, visuels et/ou slogans

Ils sont créés par la division Communication et Marketing, ou en étroite collaboration avec elle.

Logo de la campagne des corridors faunistiques



Visuel sites naturels protégés, carte de Suisse avec points



Visuel de la disparition des insectes





## 7.1 Papier à lettres

### Typographie

- > Adresse: ITC Slimbach Std Book 12 pt
- > Lieu/Date: ITC Slimbach Std Book 10 pt
- > Informations sur l'expéditeur:  
ITC Slimbach Std Book 10 pt
- > Objet : ITC Slimbach Std Bold 12 pt  
> Saut de deux lignes
- > Civilité : ITC Slimbach Std Book 12 pt  
> Saut d'une ligne
- > Texte : ITC Slimbach Std Book 12 pt  
> Saut d'une ligne
- > Salutations : ITC Slimbach Std Book 12 pt  
> Saut de deux lignes
- > Pro Natura  
> Saut de trois lignes
- > Signature
- > Prénom Nom : ITC Slimbach Std Book 12 pt
- > Fonction : ITC Slimbach Std Book 10 pt

### Langue

- > Le papier à lettres est en quatre langues (allemand, français, italien et anglais), et il est utilisé dans tout le Secrétariat central.

Exception : sites disposant de leur propre adresse. Ils indiquent leur propre adresse.

### Papier à lettres

Dimensions: 11.5 (width), 7 (height), 25 (margin), 3 (margin), 7 (margin), 20 (margin), 3 (margin), 7 (margin), 30 (margin), 3 (margin), 7 (margin), 103 (height), 7 (margin), 120 (width), 3 (margin), 7 (margin), 85 (width), 3 (margin).

Logo: **pro natura**

Adresse: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Celismod tie modit 23  
4058 Basel

Basel, 9. Oktober 2014  
Telefon direkt +41 61 317 91 91  
vorname.name@pronatura.ch

**Betreff: ITC Slimbach Std Bold 12 pt**

Anrede: ITC Slimbach Std Book 12 pt

Text: ITC Slimbach Std 12pt Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipt delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si.

Freundliche Grüsse

Pro Natura

*Unterschrift*

Vorname Name: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Funktion: ITC Slimbach Std Book 10 pt

Pro Natura  
Für mehr Natur – überall!  
Agire pour la nature, partout!  
Agire per la natura, ovunque!  
Taking action for nature – everywhere

Dornacherstrasse 192, Postfach, 4018 Basel  
Telefon +41 61 317 91 91, Fax +41 61 317 92 66  
mailto:info@pronatura.ch, www.pronatura.ch  
Spendenkonto CH11 0900 0000 4000 0331 0  
CHE-105.825.132 MWST

### Seconde page

Dimensions: 25 (margin), 3 (margin), 7 (margin), 20 (margin), 3 (margin), 7 (margin), 50 (height), 3 (margin), 7 (margin), 261 (height), 7 (margin), 261 (height).

Text: ITC Slimbach Std Book 12pt Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipt delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si. Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Freundliche Grüsse

Pro Natura

*Unterschrift*

Vorname Name: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Funktion: ITC Slimbach Std Book 10 pt

## 7.2 Cartes de visite

### Variantes

#### Variantes nationales

- > Pro Natura
- > Pro Natura, Secrétariat romand
- > Centre Pro Natura de Champ-Pittet
- > Pro Natura Zentrum Aletsch

#### Variantes régionales

- > Pro Natura Sections

#### Langue

- > Les cartes de visite sont rédigées dans la langue locale

#### Typographie

- > Nom: Interstate Regular 9.5 pt
- > Fonction/adresse: Interstate Light 6.5 pt

### Version nationale



### Version régionale



### Recto commun



## 7.3 Correspondance électronique

### Police et expéditeur

> Police Arial 11 pt, noir

✘ Expéditeur:

sans logo Pro Natura

Civilité : 11 pt Arial Regular

Texte : 11 pt Arial Regular Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipit delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si.

Avec nos meilleures salutations

Prénom Nom

---

Prénom Nom

Fonction et division

Pro Natura

Secrétariat romand, Champ-Pittet, 1400 Yverdon-les-Bains

024 425 26 43 téléphone direct

079 212 52 54 mobile

[pronatura.ch](http://pronatura.ch)

[support.pronatura.ch](mailto:support.pronatura.ch)

Pro Natura – agir pour la nature, partout !



Communication aux médias

Communiqués de presse

- > Désignation : Interstate Bold 18 pt, 70 %
- > Embargo : Interstate Bold 14 pt, rot
- > Têtière : Interstate Regular 10.5 pt
- > Titre : Interstate Bold 18 pt
- > Chapeau : Interstate Regular 10.5 pt
- > Texte : Interstate Light 10 pt
- > Titre intermédiaire : Interstate Regular 10.5 pt

Invitations aux médias

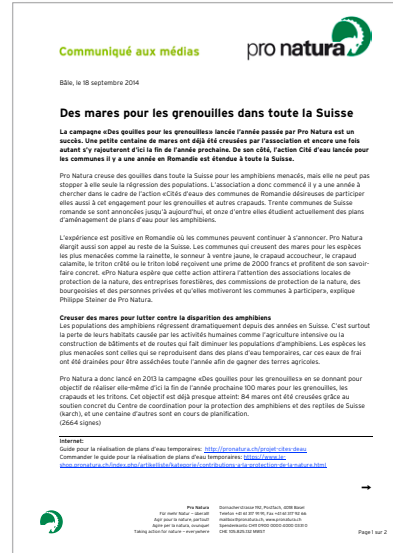
- > Désignation : Interstate Bold 18 pt, 70 %
- > Embargo : Interstate Bold 14 pt, rot
- > Têtière : Interstate Regular 10.5 pt
- > Titre : Interstate Bold 18 pt
- > Chapeau : Interstate Regular 10.5 pt
- > Texte : Interstate Light 10 pt
- > Titre intermédiaire : Interstate Regular 10.5 pt

Dossiers de presse (page de titre)

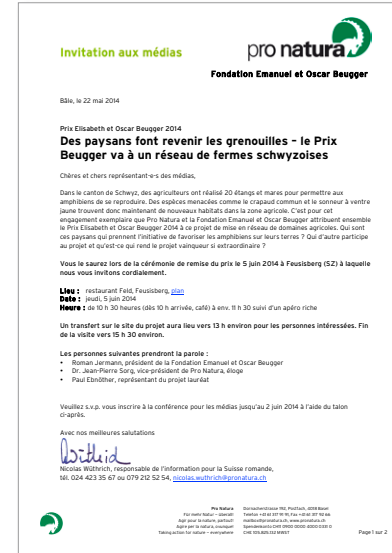
- > Titre : Interstate Bold 22 pt
- > Programme : Interstate Bold 18 pt
- > Titre intermédiaire : Interstate Regular 10.5 pt
- > Texte : Interstate Light 10 pt

Important

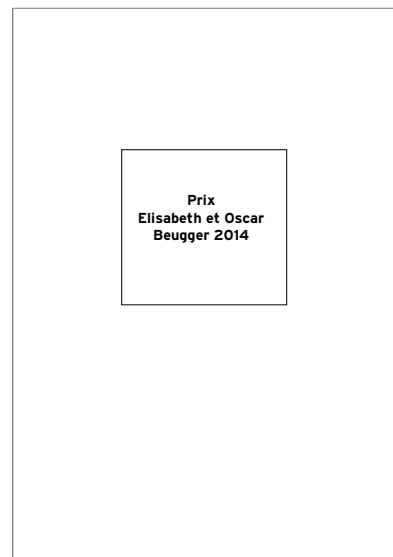
- ➔ Les modèles de conception sont disponibles auprès de la division Communication et Marketing.



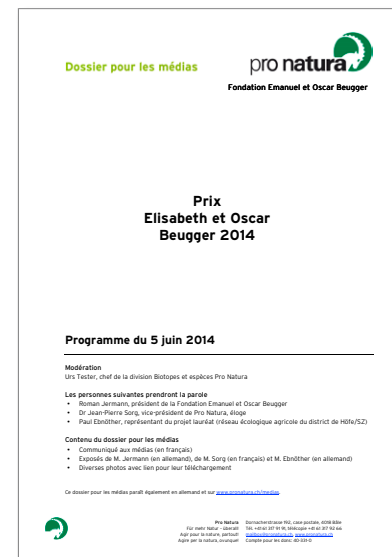
Communiqué de presse A4



Invitations aux médias A4



Dossiers de presse



Programme A4

7.5 Publipostage, collecte de fonds

Typographie

- > Titre : Interstate Bold 23 pt
- > Texte : Interstate Light 11 pt



Exemple de papier à lettres



Courrier Pro Natura, exemple d'enveloppe C5



Courrier Pro Natura, exemple d'enveloppe C5, verso

## 8.1 Publications

### Concept

Les publications imprimées de Pro Natura sont réparties dans deux grandes catégories : les périodiques et les autres publications.

### Périodiques

Le logo Pro Natura est intégré à la vague **avec** un cadre sur la couverture des périodiques, par exemple Magazine Pro Natura, Journal pour enfants.

### Autres

Le logo Pro Natura est intégré à la vague **sans** cadre sur la couverture des autres publications, par exemple, brochures, séries, etc.

### Signes distinctifs

Les produits imprimés Pro Natura se différencient par la mise en page des titres, ainsi que les différentes utilisations des titres, des couleurs et des images.

### Positionnement du logo Pro Natura

Le logo Pro Natura est toujours intégré à la vague sur la couverture des produits imprimés, et il est donc positionné en bas, à droite.

### Important

➔ Le site internet [www.pronatura.ch](http://www.pronatura.ch) doit être mentionné bien visiblement sur tous les produits imprimés.

### Journaux pour membres / Newsletter, A4



Magazine Pro Natura, A4



Journal pour enfants Croc'nature, A5



Pro Natura Local / Newsletter, A4

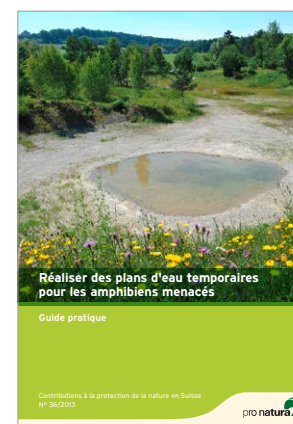
### Autres publications et séries



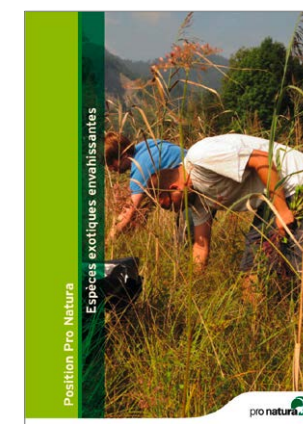
Brochure rapport annuel, A5



Dépliant, A6/5



Guide pratique, «Contribution à la protection de la nature» A4



Publication scientifique, «Position» A4

## Médias imprimés Pro Natura

### 8.2 Pages de garde Pro Natura

#### Utilisation unifiée du logo

Le logo Pro Natura se trouve en bas et à droite de toutes les pages de garde, souligné par la vague de manière à être mis en valeur. Cela permet de garantir une présence unifiée du logo Pro Natura en tant que marque de produit sur les couvertures.

#### Vague avec ou sans cadre

Il existe deux variantes permettant de différencier les publications Pro Natura :

- › **Périodiques** (p. ex. Magazine Pro Natura, Pro Natura local, journal pour enfants) : la couverture des périodiques contient le logo Pro Natura dans la vague, **avec** un cadre formant une marge autour de l'ensemble du format.
- › **Autres publications** (p. ex. brochures, magazines, etc.) : la page de garde des autres publications contient le logo Pro Natura dans la vague, **sans** cadre.



Élément de composition avec cadre : journal des membres et Newsletter



Élément de composition sans cadre : diverses publications Pro Natura



# Médias imprimés Pro Natura

## 8.3 Exemples de périodiques

### Magazine Pro Natura et Pro Natura local

#### Page de garde

En plus du logo Pro Natura dans la vague, la page de garde de périodiques contient encore un cadre.

#### Mise en page

Des éléments de conception existent pour la mise en page des périodiques Pro Natura. Ils sont disponibles auprès de la division Communication et Marketing.

#### Polices

Pour le Magazine Pro Natura ainsi que le Pro Natura Local, les polices suivantes sont utilisées : Interstate pour les titres et les textes dans les encadrés ainsi que les légendes, ITC Slimbach Std pour les textes.



Page de garde, A4



Double page



Double page



Page de garde Magazine Spécial, A4



Double page

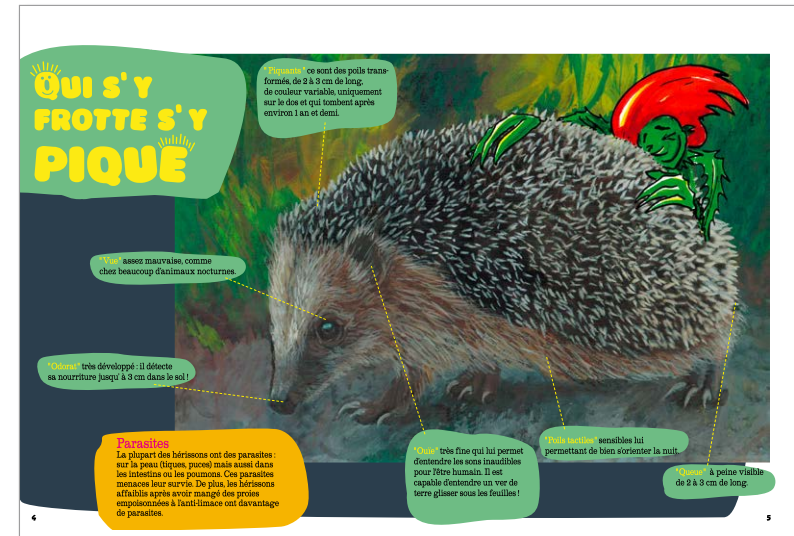


Double page

Journal pour les enfants Pro Natura



Page de garde, A5



Double page

# Médias imprimés Pro Natura

## 8.5 Publications régulières (public spécialisé)

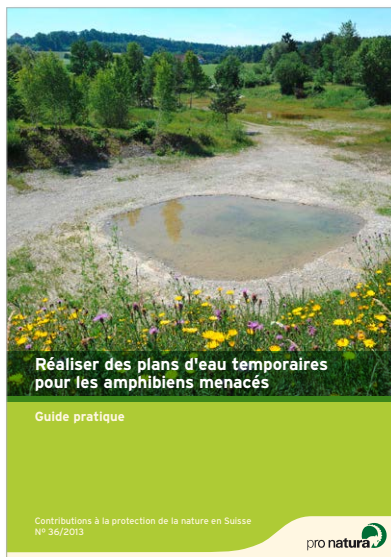
### Publications régulières

Les publications Pro Natura suivantes sont des séries et sont toujours conçues selon la même trame :

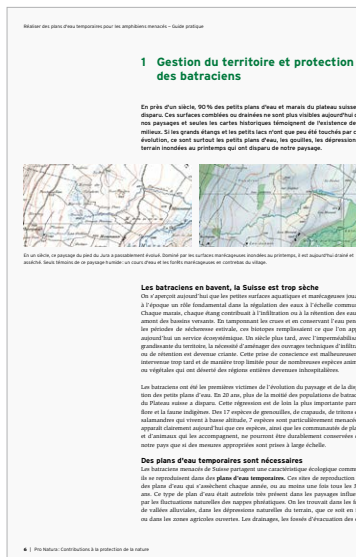
- Contributions à la protection de la nature en Suisse (A4)
- Positions Pro Natura (A4)
- Dépliant Pro Natura (A6/5)
- Pro Natura Pratique (A5)

### Publications Pro Natura pour un public spécialisé

- Contributions à la protection de la nature en Suisse (A4)
- Positions Pro Natura (A4)



Contributions à la protection de la nature en Suisse, A4



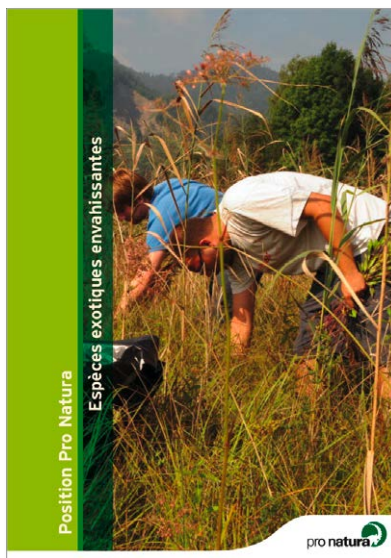
Double page



Double page

### Important

➔ Les modèles de conception sont disponibles auprès de la division Communication et Marketing.



Positions Pro Natura, A4



Double page

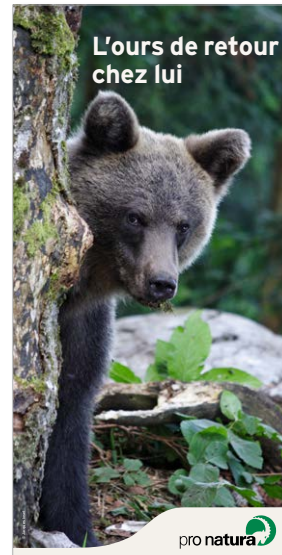


Double page

## 8.6 Publications régulières (grand public)

### Publications Pro Natura pour le grand public

- Dépliant Pro Natura (A6/5)
- Pro Natura Pratique(A5)



Dépliant Pro Natura, A6/5



Pages intérieures



Pro Natura Pratique, A5



Double page

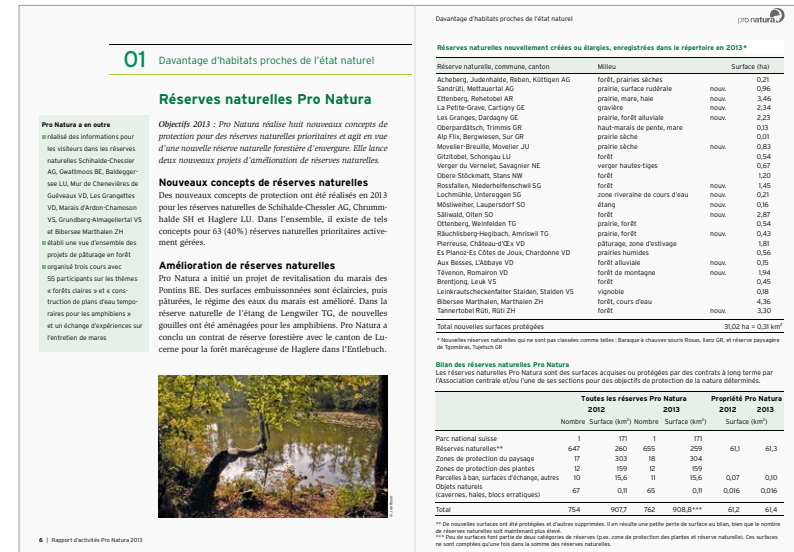


### Brochures, prospectus Pro Natura, etc.

Pro Natura édite différentes brochures et prospectus d'information pour lesquels il existe des modèles de conception. Ils sont disponibles auprès de la division Communication et Marketing.



Brochure, A5



Page double



Prospectus, A6/5



Pages intérieures

### 8.8 Matériel de communication imprimé

#### Pro Natura agit pour l'environnement

Pro Natura produit ses supports de communication avec le plus grand respect possible de l'environnement, et cherche toujours à obtenir le meilleur écobilan possible. « Nous agissons avec courage et créativité dans l'intérêt de la nature. Nous montrons par l'exemple ce que nous prônons publiquement. [...] » (citation extraite du concept directeur de Pro Natura).

#### Qualité de papier

- Gris recyclé pour les publications monochromes ou bichromes ainsi que les envois postaux, p. ex. Recyclo Set.
- Blanc recyclé mat.
- Blanc cassé recyclé ou FSC pour les publications jusqu'à la quadrichromie, p. ex.
- Cyclus Print couché mat, blanc naturel.
- Pour les bulletins de versement intégrés, papier recyclé, p. ex. Lenza Optirec N.

Recommandation sur la base de l'état technologique actuel.

#### Grammage

- Au moins 70g/m<sup>2</sup> pour l'intérieur, et jusqu'à 200g/m<sup>2</sup> pour les couvertures de brochure selon les besoins.
- Grammage minimal pour les cartes de réponse (variable en fonction du format), en fonction des prescriptions postales.

Recommandation sur la base de l'état technologique actuel.

#### Exceptions

- Affiches, RailPoster, etc.: se référer aux prescriptions externes sur l'affichage.

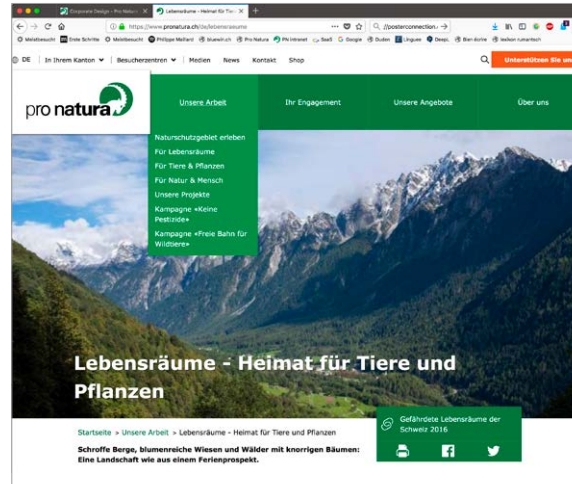
#### Emballage du Magazine Pro Natura dans un film transparent

La Poste exige un emballage pour l'envoi du Magazine Pro Natura. La pratique d'autrefois de Pro Natura avec une bande de papier mentionnant l'adresse pour l'envoi n'est plus autorisée depuis longtemps. Trois variantes d'emballage sont à disposition : l'envoi dans une enveloppe, dans un film plastique (la pratique actuelle chez Pro Natura) ou un film en matière première renouvelable.

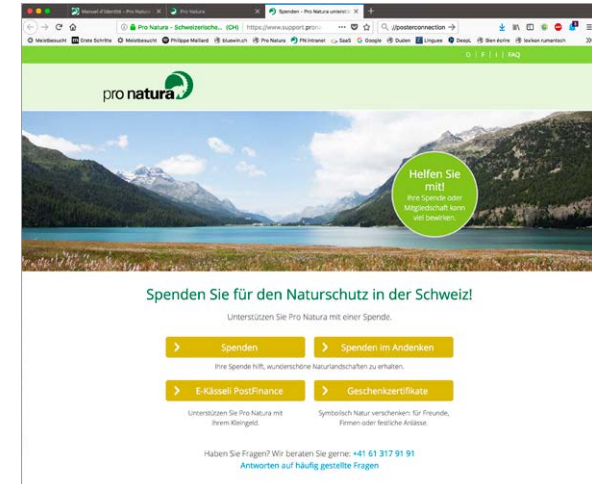
Selon un écobilan établi, il s'avère qu'un papier de poids plus élevé a un effet négatif sur l'environnement par rapport à un film en plastique. Ainsi la charge environnementale due au transport est supérieure à celle provoquée lors de la fabrication du plastique. Pour son Magazine Pro Natura utilise un film en plastique respectueux de l'environnement et ne produisant donc pas d'émissions nocives lors de son incinération. De plus, ce film est mince et correspond au poids minimal exigé par La Poste.

Pro Natura s'est résolument décidée contre la variante d'un film compostable composé de matières premières renouvelables, qui sont constituées d'amidon de maïs ou de pomme de terre. Pro Natura a toutefois une position critique contre la culture de denrées alimentaires utilisées pour la fabrication d'autres marchandises.

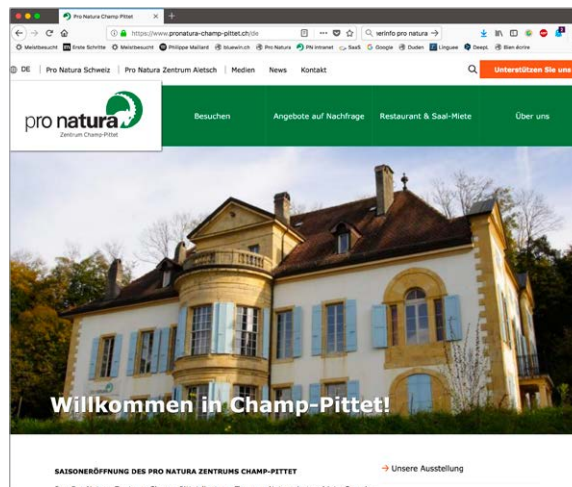
9.1 Pages internet nationales et régionales



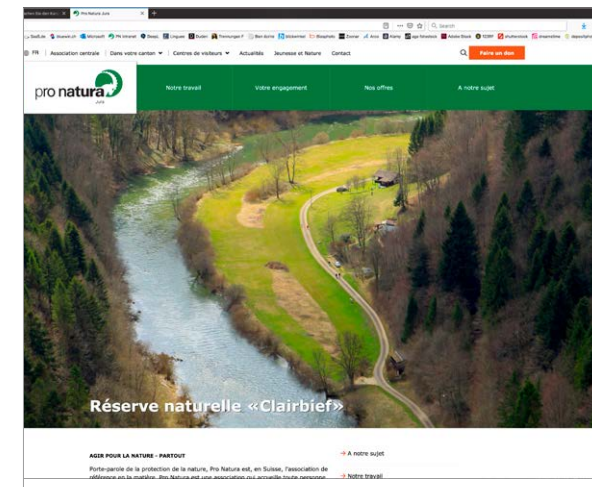
Secrétariat central Pro Natura (national)



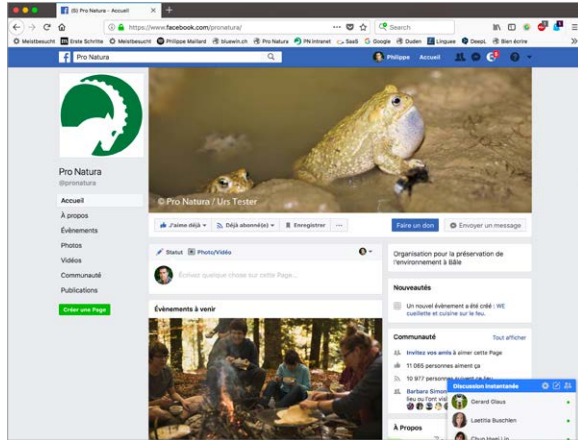
Site de soutien Pro Natura (national)



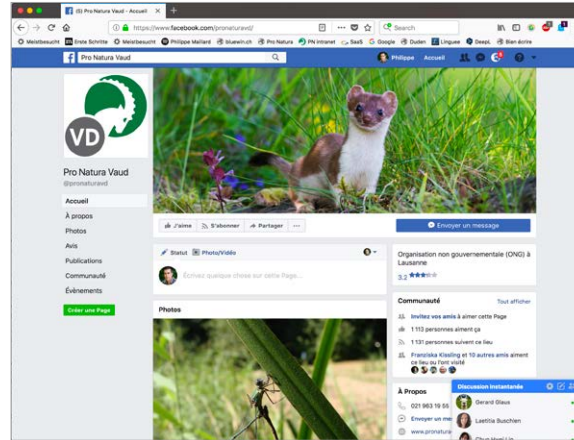
Centres Pro Natura



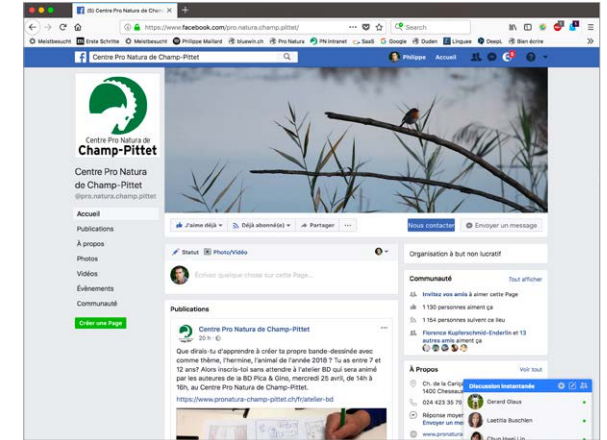
Sections Pro Natura



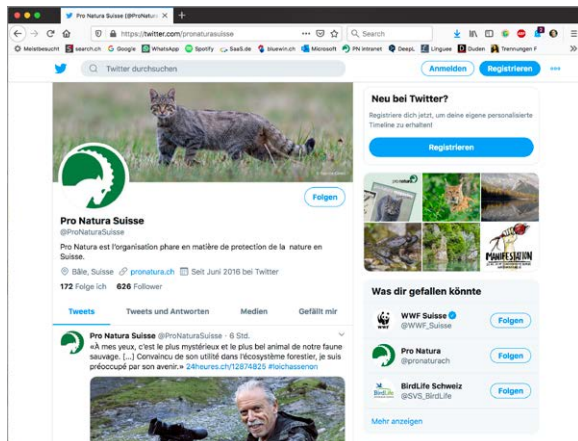
Facebook Pro Natura (national)



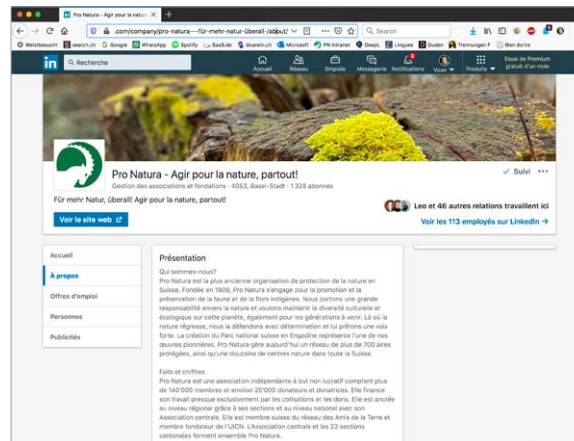
Facebook Sections Pro Natura (régional)



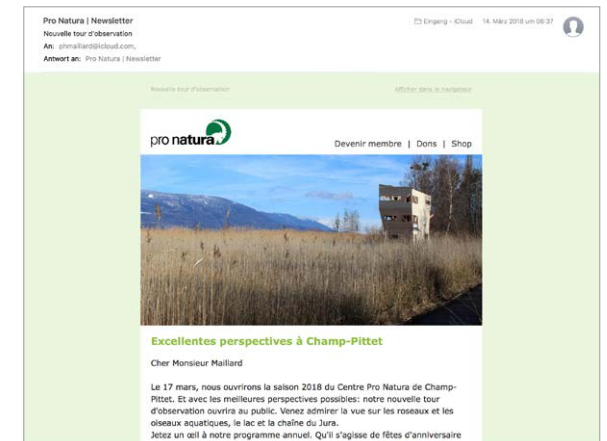
Facebook Centres Pro Natura



Twitter Pro Natura (national)



LinkedIn Pro Natura (national)



Newsletter Pro Natura (national)

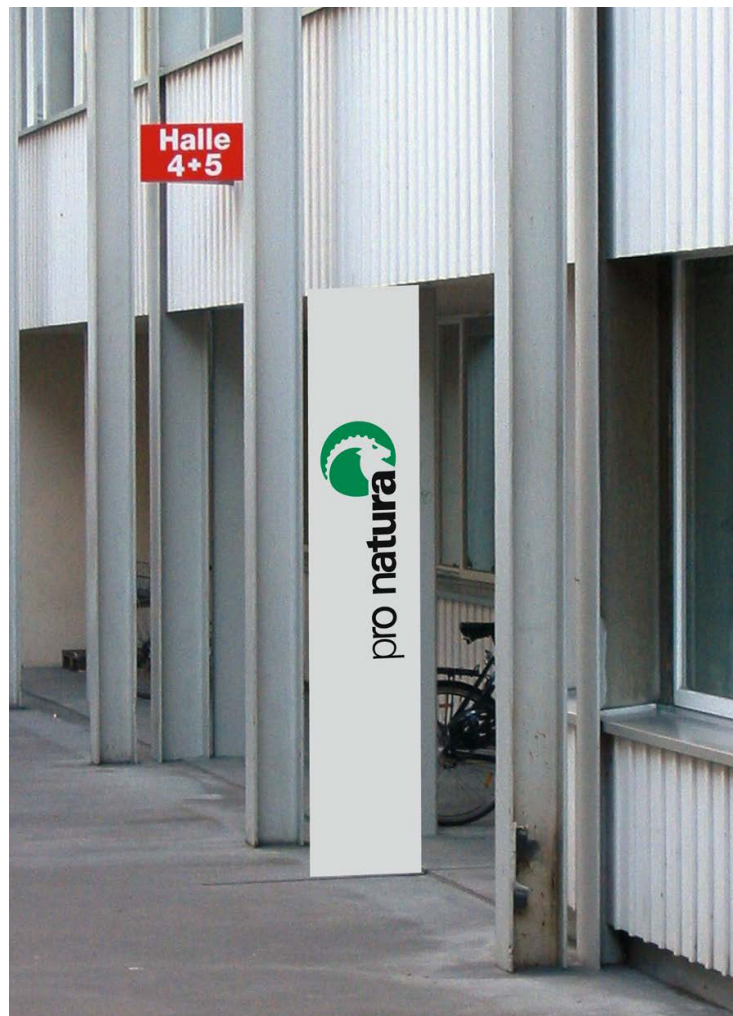
### 10.1 Inscriptions sur les bâtiments Pro Natura

#### Bâtiments

Les bâtiments Pro Natura (Secrétariat central à Bâle, centre de Champ-Pittet, centre d'Aletsch) portent le logo Pro Natura. Les bâtiments régionaux Pro Natura utilisent le logo de la section ou un autre logo Pro Natura régionalisé.

#### Couleurs du logo pour les enseignes

- RAL 6029 vert menthe
- RAL 9005 noir profond



## 10.2 Communication dans et pour les réserves naturelles et pour les projets de promotion des espèces

### Réserves naturelles et information des visiteurs

Le « Manuel Pro Natura Information des visiteurs dans les réserves naturelles » détermine les règles de communication pour et dans les réserves naturelles (panneaux, dépliants, cartes, etc.) et pour les projets de promotion des espèces. Il comprend les directives pour la production de matériels relatifs à l'information des visiteurs. Le manuel et les documents y relatifs peuvent être téléchargés sur l'intranet à l'adresse :

> <https://www.intranet.pronatura.ch/information-des-visiteurs>



Manuel sur CD « Information des visiteurs dans les réserves naturelles »

### Rubriques du Manuel Pro Natura Information des visiteurs dans les réserves naturelles

- Interprétation centrée sur le visiteur
- Description et utilisation des produits Pro Natura pour l'information des visiteurs
- Planification, mise en œuvre et entretien d'un produit d'information des visiteurs
- Conception graphique des produits
- Annexe
- Bibliographie et liens

### Contact:

Andreas Boldt  
Pro Natura  
Dornacherstrasse 192  
4018 Bâle  
Tél. direct +41 61 317 91 26  
[andreas.boldt@pronatura.ch](mailto:andreas.boldt@pronatura.ch)

#### Panneaux



Panneau de signalisation supplémentaire

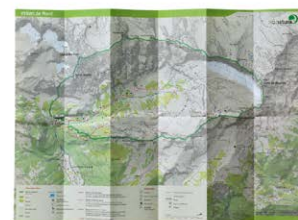


Grand panneau de réserve naturelle



Sentier thématique avec panneaux

#### Publications



Carte pliante



Brochure



Dépliant

### 11.1 Affiches, banderoles

#### Mise en page

Pour l'affichage, les banderoles et autres produits similaires, les directives pour l'utilisation du logo Pro Natura s'appliquent. La division Communication et Marketing délivre le bon à tirer.



Voile publicitaire

### 11.2 Exemples de produits commerciaux

#### Mise en page

Pour les produits commerciaux, les directives pour l'utilisation du logo Pro Natura s'appliquent. La division Communication et Marketing délivre le bon à tirer.



Montre solaire



T-Shirt



### 11.3 Exemples de cadeaux publicitaires

#### Mise en page

Pour les cadeaux publicitaires, les directives pour l'utilisation du logo Pro Natura s'appliquent. La division Communication et Marketing délivre le bon à tirer.



Crayon



Porte-clés avec puce pour caddy.