

# Le Prix international du Duc d'Édimbourg

---

## **GUIDE DE LA MARQUE** POUR LES CENTRES DU PRIX AUTORISÉS



# TABLE DES MATIÈRES

## NOTRE IDENTITÉ - 3

NOTRE MISSION...3

NOTRE VISION...3

NOS VALEURS...3

PRINCIPES DIRECTEURS...4

## NOTRE VOIX - 5

NOTRE FAÇON DE PARLER...5

NOTRE GUIDE DE STYLE...6

NOTRE HISTOIRE EN QUELQUES SECONDES...7-8

LA MAJUSCULE...9

MÉDIAS SOCIAUX...10

## NOTRE IDENTITÉ VISUELLE - 11

LOGO DE VOTRE CENTRE DU PRIX...11

UTILISATION CORRECTE DU LOGO...12

POSITIONNEMENT ET TAILLE DU LOGO...15-16

NOTRE RUBAN...13

NOS BARRES...13

NOS COULEURS...14

NOTRE POLICE...15

NOS ICÔNES...16

NOTRE STYLE PHOTOGRAPHIQUE...17-18

Pour plus de renseignements, écrire à  
[brand@dukeofed.org](mailto:brand@dukeofed.org).

# NOTRE IDENTITÉ

Le Prix international du Duc d'Édimbourg est un cadre mondial d'éducation et d'apprentissage extrascolaire qui met les jeunes de 14 à 24 ans au défi de découvrir leur but, leur passion et leur place dans le monde. De se préparer à leur avenir, quel qu'il soit.

# NOTRE MISSION

Notre mission est de veiller à ce que le Prix et ses avantages soient connus et adoptés par les partenaires institutionnels et individuels et utilisés comme un outil pour inspirer et guider les jeunes dans des expériences enrichissantes. ***En d'autres termes, le Prix est essentiellement offert par les chefs de groupe et les centres du Prix. Nous devons donc développer la notoriété de notre marque pour nous assurer qu'ils savent ce qu'est le Prix, pourquoi il l'est et comment il peut aider les jeunes à réussir.***

# NOTRE VISION

Notre vision est de doter chaque jeune au Canada, quelles que soient ses origines et ses conditions de vie, des compétences et de l'expérience nécessaires pour réussir dans la vie. ***En d'autres termes, qui que vous soyez, d'où que vous veniez et quelle que soit votre définition de la réussite, le Prix peut vous aider à développer des habiletés essentielles qui ne s'acquièrent qu'avec l'expérience.***

# NOS VALEURS

Nous valorisons...

L'autonomie

La progression

La diversité

Le contact humain



# NOS PRINCIPES DIRECTEURS

Nos principes directeurs sont le fondement de notre marque, et quiconque administre le programme doit y adhérer.



*Participation individuelle*



*Non-compétitivité*



*Réussite accessible*



*Engagement volontaire*



*Développement*



*Équilibre*



*Progression*



*Inspiration*



*Persévérance*



*Plaisir*

# NOTRE VOIX

## CE QUE NOUS SOUHAITONS EXPRIMER

---

L'importance de l'éducation et de l'apprentissage extrascolaires;  
être **#PRETPOURLEMONDE**.

## CE QUE NOUS MONTRONS

---

Des jeunes acquérant des habiletés fondamentales transférables et  
découvrant leur plein potentiel grâce au Prix.

## COMMENT NOUS NOUS EXPRIMONS

---

Dans un langage inspirant, qui met les jeunes au défi de découvrir  
leur objectif, leur passion et leur place dans le monde.

## NOTRE TON

---

Inspirant | Contemporain | Inclusif | Axé sur le monde

## COMMENT NOUS NOUS DÉSIGNONS (DE FAÇON INFORMELLE)

---

Le Prix

# NOTRE GUIDE DE STYLE

Lorsque nous parlons du programme de façon officielle, nous utilisons la forme longue, soit **le Prix international du Duc d'Édimbourg au Canada**. C'est le titre utilisé pour nommer notre organisation. Une fois que celui-ci a été mentionné une première fois, il est possible par la suite d'utiliser la forme courte, **le Prix**.

Quand le titre se trouve au début de la phrase, on met la majuscule à Le. Quand le titre se trouve au milieu de la phrase, on ne met pas la majuscule à le.

## EXEMPLES :

---

### *Acceptable :*

Le Prix international du Duc d'Édimbourg au Canada aide les jeunes d'ici à développer leur plein potentiel. Il les aide à s'approprier leur vie, aujourd'hui et demain. Avec sa philosophie inclusive, **le Prix** garantit que toute personne de 14 à 24 ans qui le désire peut y participer.

### *Inacceptable :*

Le Prix international du Duc d'Édimbourg au Canada aide les jeunes d'ici à développer leur plein potentiel. Il les aide à s'approprier leur vie, aujourd'hui et demain. Avec sa philosophie inclusive, **Le Prix** garantit que toute personne de 14 à 24 ans qui le désire peut y participer.

# NOTRE HISTOIRE EN QUELQUES SECONDES

3:

Mettre les jeunes au défi de découvrir leur but, leur passion et leur place dans le monde.

---

15:

Le Prix est un cadre mondial d'éducation et d'apprentissage extrascolaire qui met les jeunes au défi de découvrir leur plein potentiel ainsi que leur but, leur passion et leur place dans le monde.

---

30:

Le Prix international du Duc d'Édimbourg est un cadre mondial d'éducation et d'apprentissage extrascolaire qui met les jeunes au défi de rêver en grand, de célébrer leurs réalisations et d'agir pour leur prochain. En encourageant le développement d'habiletés universelles transférables, en favorisant une meilleure condition physique, en cultivant le sens de l'aventure et en encourageant le bénévolat dans la collectivité, le Prix aide les jeunes à prendre le contrôle de leur vie, à faire leurs propres choix, à bâtir un programme à leur image et à trouver leur but, leur passion et leur place dans le monde.

60:

Le Prix international du Duc d'Édimbourg est un cadre mondial d'éducation et d'apprentissage extrascolaire qui met les jeunes au défi de rêver en grand, de célébrer leurs réalisations et d'agir pour leur prochain. En encourageant le développement d'habiletés universelles transférables, en favorisant une meilleure condition physique, en cultivant le sens de l'aventure et en encourageant le bénévolat dans la collectivité, le Prix aide les jeunes à trouver leur but, leur passion et leur place dans le monde. Présent dans plus de 130 pays et territoires, il inspire des millions de jeunes à faire leurs propres choix, à prendre le contrôle de leur destinée. Et il ne se limite pas à un seul programme ou à un seul endroit. Sa philosophie inclusive encourage les jeunes, peu importe leur réalité, à devenir de meilleures personnes et leur enseigne des leçons qui leur serviront toute leur vie.



# LA MAJUSCULE

L'utilisation de la majuscule dans le présent document est représentative de nos exigences en la matière. Voici les principaux points à retenir :

**Le Prix :** Le Prix (le programme) prend toujours la majuscule P. Quand le titre se trouve au milieu de la phrase, on ne met pas la majuscule à le. Veuillez consulter la section Notre guide de style pour savoir quand utiliser la forme longue et la forme courte du Prix.

**Volets :** Lorsque vous référez au nom d'un volet (p. ex. le volet habiletés), le nom du volet et le mot volet prennent toujours la minuscule.

**Exploitants du Prix :** Chaque fois que le terme « exploitant » est utilisé comme titre (par exemple « Exploitants nationaux », « Exploitants du Prix »), il prend la majuscule initiale. Toutefois, si vous l'utilisez de manière plus générale (par exemple, « le Prix collabore avec des exploitants du monde entier »), il prend la minuscule.

**Centre du Prix :** Les centres du Prix, les centres indépendants du Prix, les groupes du Prix, etc. prennent la minuscule.

**Titres de fonctions :** Tous les titres (y compris chef de groupe, coordonnateur, évaluateur, instructeur, etc.) prennent la minuscule. Comme « participant » n'est pas un titre, il s'écrit avec la minuscule initiale.

**Titres de documents :** Si un document a un titre (p.ex. Bulletin de l'Association), il prend la majuscule initiale.

En général, si un terme décrit une réalité spécifique et propre au Prix, il prend la majuscule initiale. S'il décrit quelque chose de général, il prend la minuscule.

# MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux comme Facebook, Twitter, YouTube et Instagram permettent à la grande famille du Prix d'interagir sur un ton léger ou de communiquer avec les parties prenantes, comme les bénévoles, alliés et participants actuels ou potentiels.

Ces plateformes peuvent servir à faire rayonner le Prix, à véhiculer l'importance de l'éducation et de l'apprentissage extrascolaires et à présenter en temps réel, de façon très visuelle, différentes activités du Prix réalisées dans le monde entier.

Les centres du Prix peuvent bien sûr adopter un ton mieux adapté à leurs publics, par exemple utiliser des emojis et des mots-clics, mais à l'échelle du programme, nous utilisons un langage et un contenu respectueux des principes directeurs du Prix.

## MOTS-CLICS

Principalement  
#PrixCanada,  
#pretpourlemonde  
#prixenaction

Secondaires  
#service  
#conditionphysique  
#habiletes  
#voyagedaventure  
#passionenaction,  
#mobilisationdesjeunes  
#leadershipdesjeunes

## SLOGANS

1. Tout ne s'apprend pas à l'école.
2. Préparer autrement les jeunes à foncer dans la vie.
3. Aider les jeunes d'ici à s'approprier leur vie, aujourd'hui et demain.
4. Mettre les jeunes au défi de découvrir leur but, leur passion et leur place dans le monde.



| @prixduduccanada  
| @dukeofedcanada

# VOTRE IDENTITÉ VISUELLE

## Logo de votre centre du Prix

Fiers d'offrir



## Versions monochromes

Fiers d'offrir



Fiers d'offrir



Fiers d'offrir



Fiers d'offrir



Fiers d'offrir



Fiers d'offrir



## Logo simplifié pour les médias sociaux



## Versions monochromes



## Utiliser le logo correctement

Pour promouvoir l'identité visuelle du Prix, veuillez utiliser son logo dès que vous en faites mention, que ce soit sur votre site Web ou dans du matériel de marketing. Le logo « Fiers d'offrir » **doit** paraître sur au moins une page Web avec un lien menant au **www.lpde.org**.

L'utilisation inadéquate du logo contrevient au contrat de licence du centre du Prix.



LE PRIX INTERNATIONAL  
DU DUC D'ÉDIMBOURG

LE PRIX INTERNATIONAL  
DU DUC D'ÉDIMBOURG  
CANADA

NE PAS UTILISER LES LOGOS DES EXPLOITANTS  
DU PRIX NATIONAUX NI DE LA FONDATION

LE PRIX INTERNATIONAL  
DU DUC D'ÉDIMBOURG

Fiers d'offrir

LE PRIX INTERNATIONAL  
DU DUC D'ÉDIMBOURG

Fiers d'offrir

LE PRIX INTERNATIONAL  
DU DUC D'ÉDIMBOURG

S'ASSURER QUE LE LOGO EST DE LA TAILLE  
RECOMMANDÉE DANS LE PRÉSENT GUIDE

FORMAT	UTILISATION OPTIMALE
JPG/JPEG	Format compressé, le plus couramment utilisé pour les images en ligne.
PNG	Format à fond transparent utilisé pour afficher le logo sans encadré.



# NOTRE RUBAN

Il existe un fichier contenant les représentations officielles du ruban. Vous pouvez utiliser la version multicolore, noir et blanc ou monochrome.

**Il est important d'utiliser les modèles fournis et de ne jamais tenter de recréer le ruban.**



# NOS BARRES

Il existe un fichier contenant les représentations officielles des barres. Vous pouvez utiliser la version multicolore ou monochrome, à l'horizontale ou à la verticale.



# NOS COULEURS

Nous utilisons le plus possible notre palette complète de couleurs dans notre matériel. Chaque volet a d'ailleurs sa couleur propre.

Veuillez respecter nos spécifications à la lettre. Les codes Pantone et CMJN sont destinés aux applications imprimées, et les codes RVB et HEX, aux applications numériques.



**ROUGE DU PRIX**  
SERVICE

Pantone 192  
Co M94 Y64 Ko  
R228 Go B70  
#E40046



**JAUNE DU PRIX**  
CONDITION PHYSIQUE

Pantone 123  
Co M19 Y89 Ko  
R255 G199 B44  
#E1C72C



**BLEU DU PRIX**  
HABILETÉS

Pantone Cyan  
C100 Mo Yo Ko  
Ro G158 B200  
#009EDC



**VERT DU PRIX**  
VOYAGE D'AVENTURE

Pantone 376  
C54 Mo Y100 Ko  
R113 G161 Bo  
#71A100



**VIOLET DU PRIX**  
PROJET OR

Pantone 512  
C56 M100 Y12 K1  
R136 G37 B129  
#882581

# NOTRE POLICE

Le Prix international du Duc d'Édimbourg utilise un style typographique simple, détaillé dans le présent guide. Vous êtes tenu de le respecter dans tous les formats et toutes les applications.

**Dans la suite MS Office ou les applications numériques, utilisez Calibri.**

---

## CALIBRI REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789#!@£%&\*();:?

## CALIBRI BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789#!@£%&\*();:?

Remarque : Utilisez Calibri en tout temps sur le Web.

# NOS ICÔNES

Nos icônes représentent visuellement nos différents volets et peuvent servir à des publications papier ou numériques.

Pour obtenir l'ensemble des icônes à des fins de graphisme, écrivez à l'équipe des communications à [info@dukeofed.org](mailto:info@dukeofed.org).

VOLET SERVICE



VOLET HABILETÉS



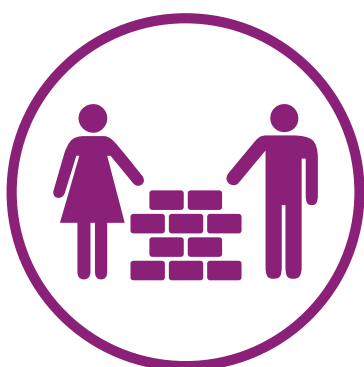
VOLET CONDITION PHYSIQUE



VOLET VOYAGE D'AVENTURE



VOLET PROJET OR





# NOTRE STYLE PHOTOGRAPHIQUE

Notre style photographique est un style naturel sans mise en scène présentant des jeunes et des adultes qui participent au Prix.

Les photos doivent refléter les objectifs du Prix, soit le sens de l'aventure, l'entregent, le dévouement et la force de caractère, mais aussi ses valeurs, à savoir l'autonomie, la diversité et le contact humain et la progression.

Pour impression, elles doivent impérativement faire 300 ppp. Lors de la prise de la photo, prenez en considération son format (paysage ou portrait) et son utilisation prévue.

N'hésitez pas à nous faire suivre les photos que vous prenez de vos participants, accompagnées du formulaire d'autorisation d'utilisation des photos, à [info@dukeofed.org](mailto:info@dukeofed.org). Les photos soumises seront utilisées à des fins de marketing et de promotion.

**ASSUREZ-VOUS QUE LES PERSONNES QUE VOUS COMPTEZ PHOTOGRAPHIER ACCEPTENT QUE VOUS LES PRENIEZ EN PHOTO ET CONSENTENT À LA DIFFUSION DES PHOTOS.**











Le Prix international du Duc d'Édimbourg au Canada  
858 King Street West Unit A  
Toronto, ON M5V 1P1  
Numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance :  
12391 6751 RR0002

[info@dukeofed.org](mailto:info@dukeofed.org) [www.lpde.org](http://www.lpde.org)

© La Fondation du Prix international du Duc d'Édimbourg, ©2024  
Toutes les images sont la propriété de la Fondation du Prix international du Duc d'Édimbourg (2024), sauf indication contraire.