



**TeachBeyond**

Transformational Education Services

Guide de la marque et du style



Le but d'une guide du style	<b>4</b>
Notre marque	<b>6</b>
Logo	<b>10</b>
Couleurs	<b>22</b>
Typographie	<b>24</b>
Éléments graphiques	<b>26</b>
Photographie et vidéographie	<b>28</b>
Langage et ton	<b>34</b>
Les réseaux sociaux et les bulletins d'information	<b>38</b>
Traduction	<b>40</b>

Le but de ce guide est de vous donner les outils que vous nécessitez pour représenter au TeachBeyond dans une façon appropriée et consistant. Notre espoir est que vous trouviez que le contenu dedans ce livret vous aide et inspire autant que vous cherchez honorer au Seigneur à travers de votre association avec TeachBeyond.

Les directives du style et de la marque sont essentielles pour créer et maintenir une présence professionnelle et respectée autour du monde. Avec membres qui servent dans les payes autour du monde, TeachBeyond est vraiment une organisation mondiale, et nous faisons attention pour bien représenter TeachBeyond.

Si vous êtes une organisation d'association ou un éducateur qui sert avec TeachBeyond, ce guide a été dessiné pour vous servir. S'il vous plaît faites référence à ce guide souvent pendant que vous dessiniez ou partagiez de contenu ou de matériels qui concernait TeachBeyond. En suivre ces lignes directrices, vous aiderez la marque TeachBeyond rester pleinement défini et identifiable.

Le guide inclue d'information sur TeachBeyond, nos valeurs, notre ton ; nos associés, notre logo, les éléments de dessin, langage, photographie, les réseaux sociales, et beaucoup de plus. Nous vous encourageons de lire le guide et d'apprendre à connaître TeachBeyond, et de nous joindre en se répandre les bonnes nouvelles à travers d'éducation transformationnelle.



## NOTRE MARQUE

Notre nom

Prière de vision

Déclaration de mission

Valeurs, personnalité et ton

## NOTRE NOM

Le nom TeachBeyond saisit mieux dans deux mots simples notre compréhension du grand commandement de Matthieu 28, dans lequel Jésus dit, « Allez [donc], faites de toutes les nations des disciples...enseignez-leur à mettre en pratique tout ce que je vous ai prescrit. »

Le mot « beyond » (en française « au-delà ») suggère qu'on traverse les frontières géographiques et culturelles. Il indique aussi notre engagement d'enseigner au-delà des formes unidimensionnelle et utilitaire d'éducation, plutôt nous nous engageons d'une façon compréhensive et holistique qui promouvait la croissance personnelle et transformationnelle aussi que le bénéfice social longue.

Notre nom reflète à la fois notre mission organisationnelle aussi que notre défi pour les chrétiennes **de penser au-delà de leur contexte actuelle, pour encourager leur croissance comment éducateurs transformationnelles, pour les inspirer de s'impliquer, et les aider d'aller où Dieu les guide.**

*Allez [donc], faites de toutes les nations des disciples, baptisez-les au nom du Père, du Fils et du Saint-Esprit et enseignez-leur à mettre en pratique tout ce que je vous ai prescrit. Et moi, je suis avec vous tous les jours, jusqu'à la fin du monde.*

MATTHIEU 28 :19-20 (SG21)

## DÉCLARATION DE MISSION

Comme fidèles de Jésus, nous sommes une communauté mondiale qui fournit des services de l'éducation transformationnelle comme partie de la mission continue de Dieu de transformer les individus et les communautés en tout ce qu'Il désire.

## PRIÈRE

Nous désirons de tout cœur servir le monde de notre Père, aimer Jésus-Christ et voir des individus et des communautés transformés par Son Esprit par l'éducation basée sur la Parole de Dieu.

## VISION

Un monde où les individus et communautés deviennent tout ce que Dieu désire

## VALEURS

L'humilité. L'excellence. L'amour. L'association.

## PERSONNALITÉ

Active. Accessible. Passionné. Enthousiaste.

## TON

Excité et plein d'espoir. Claire et facile de comprendre. Traiter les personnes avec dignité au respect du façon en que nous les représentons à travers du photos et texte.

NOTRE MARQUE

A group of children, including a girl in a red tank top in the foreground and a boy in a blue shirt behind her, are smiling and laughing. They are in an outdoor, dusty environment with a stone wall and some trash in the background. The overall mood is joyful and candid.

## LOGO

Notre logo

Les éléments et versions

Taille et espace

Erreurs courantes

## LOGO

C'EST LA VERSION PRINCIPALE DE NOTRE LOGO. IL UTILISE DEUX NUANCES DE BLEU AVEC NOTRE SLOGAN DESSOUS. LE LOGO SANS UN SLOGAN PEUT ÊTRE UTILISÉ SI LE SLOGAN EST PRÉSENTÉ DANS UNE AUTRE PART DE LA PIÈCE OU S'IL SE CONVERTIRA ILLISIBLE EN PETITE TAILLE

L'emblème (cercle), le logotype (TeachBeyond), et le slogan (Transformational Education Services/ Services d'éducation transformationnelle), constituent le logo TeachBeyond. Ensemble, ce logo reflète beaucoup des idées centrales à ce que nous croyons. L'emblème est un livre ouvert stylisé – pas seulement un emblème de l'éducation, mais plus important, le rôle de la parole de Dieu dans l'éducation missionnaire. Le livre ouvert est mis en un cercle, qui reprisent le globe. Les lignes croisant évoquent un sens de la motion de hors – **au-delà** –

représentant le partage d'éducation autour du monde. Les pages du livre sont illustrées par trois lignes et ils représentent l'intégration biblique, l'adaptation interculturelle, et la transformation spirituelle – trois éléments que nous croyons sont clés par l'efficacité de l'éducation missionnaire. L'indice d'une fenêtre gothique émergent dans l'intersection des lignes se rappelle le rôle central que l'éducation a eu dans la croissance de l'Église, et l'Église dans le développement et le répandant de l'éducation.



## UTILISATION DES COULEURS

Tu peux utiliser la version noir massif du logo sur une fonde blanc ou clair, une photo, ou lorsque l'esthétique exige son utilisation.



Utilise le logo blanc sur tous les fonds de couleur foncé, les photos, ou lorsque l'esthétique exige son utilisation.



## L'ESPACE VIDE

Pour assurer la lisibilité on doit laisser d'espace libre autour du logo qu'est équivalent de 20% de hauteur du logo. Cet espace isole le logo de tout ce qui pourrait le distraire ou le concurrencer comme les éléments graphiques ou de texte.







## ERREURS COURANTS

Pour maintenir l'intégrité de la marque, il y a quelques règles pour maintenir dans l'esprit. La rotation, la recoloration ou la déformation du logo de quelque manière que ce soit compromettra le logo et n'est pas autorisé. S'il vous plaît ne additionnez pas d'embellissements au logo, telles qu'un contour, une ombre, ou d'autre décoration.

TÉLÉCHARGEZ LE LOGO SUR [TEACHBEYOND.ORG/BRAND](https://teachbeyond.org/brand)

SI VOUS AVEZ DES QUESTIONS SUR L'UTILISATION DU LOGO, ENVOYEZ UN COURRIEL À [COMMUNICATIONS@TEACHBEYOND.ORG](mailto:communications@teachbeyond.org)

NE FAITES PAS PIVOTER OU NE MODIFIEZ PAS LA DIRECTION DU LOGO.

N'ÉTIREZ PAS OU N'INCLINEZ PAS LE LOGO.

N'OBSTRUEZ PAS OU NE RETIREZ AUCUNE PARTIE DU LOGO.

NE CHANGEZ PAS LE COULEUR DU LOGO.

NE MODIFIEZ PAS LE SLOGAN ET N'AJOUTEZ PAS DE TEXTE SUPPLÉMENTAIRE AU LOGO.

N'UTILISEZ PAS LA PIÈCE DU GLOBE SEUL.

## LOGO SUR UN ARRIÈRE-PLAN D'UNE PHOTO

Il y a une peu des façons d'utiliser le logo avec les images, mais on le droit utiliser avec soin, on droit s'assurer que le logo et le texte ne sont pas bloqué par le photo de fonde.



PLACEZ LE LOGO DANS UN COIN, EN LAISSANT UN ESPACEMENT CORRECT.

N'UTILISEZ PAS LE LOGO PRINCIPAL (COLORÉ) SUR UNE IMAGE.

NE PLACEZ PAS LE LOGO SUR DES ÉLÉMENTS IMPORTANTS DE LA PHOTOGRAPHIE, PAR EXEMPLE LE VISAGE D'UNE PERSONNE.

LIVRE DE LA MARQUE DE TEACHBEYOND



## AUTRES CONSEILS DE LOGO

Quand on utilise le logo de TeachBeyond a le côté d'un autre logo, on doit s'assurer que les logos sont organisés avec le même poids visuel.

Assurez-vous de laisser un espacement approprié entre les logos et d'aligner les logos à travers les centres verticaux ou horizontaux. Un bon outil de mesure c'est la largeur du globe TeachBeyond.

CENTRE HORIZONTALE ALIGNÉ



ESPACEMENT ENTRE LES LOGOS

CENTRE VERTICAL ALIGNÉ



## LOGOS ET SLOGANS ADDITIONNELS

Lorsque vous représentez une sous-marque, une entité nationale ou un département de TeachBeyond, s'il vous plaît utilisez le logo approprié et ses directives.

Quelques départements peuvent utiliser notre « slogan ministère » avec leur propre logo. N'est pas nécessaire utiliser le logo plein de TeachBeyond sur les matérielles si on a déjà utilisé le slogan.

A MINISTRY OF  **TeachBeyond**  
Transformatioal Education Services

EXEMPLE D'UN LOGO D'UN ENTITÉ NATIONALE



EXEMPLE D'UN SLOGAN D'UN MINISTÈRE





## COULEURS

### PALETTE DE COULEURS

Notre palette reflète l'esprit de TeachBeyond. Nous utilisons couleurs vives et modernes qu'on trouve pour tout le monde. Les noms de couleurs été choisis pour honorer nourriture des cultures différents.

COULEURS

**PMS** 343  
**RGB** 10 86 64  
**CMYK** 89 41 78 38  
**HEX** 0a5640

**PMS** 1625  
**RGB** 255 164 137  
**CMYK** 0 44 42 0  
**HEX** ffa489

**PMS** 7700  
**RGB** 163 200 277  
**CMYK** 92 62 32 12  
**HEX** 185a7d

**PMS** 7759  
**RGB** 197 178 0  
**CMYK** 26 22 100 1  
**HEX** c5b200

**PMS** 174  
**RGB** 153 57 33  
**CMYK** 27 87 99 23  
**HEX** 993921

SPIRULINA

PEACH/PÊCHE

BLUE CORN/MAÏS BLEU

CURRY

SUMAC



# TYPOGRAPHIE

## NOS POLICES DE CARACTÈRES

La typographie est un grand outil quand on l'utilise de manière cohérente. Les typographies pour les gros titres et le texte du corps représentent mieux l'atmosphère accessible, claire, et mondiale de notre organisation. Ces familles de typographie doivent être utilisées pour tous les supports imprimés et de web. Si Sofia pro n'est pas disponible, l'alternative préférée est Century Gothic, qui est préinstallée à la fois sur les ordinateurs Windows et Apple. Vous pouvez changer la taille de typographie basée sur les besoins de la pièce. S'il vous plaît, maintenir la relation de taille dirigée intacte entre les typographies de gros titres, sous-titres, et les typographies du corps.

### SOFIA PRO

Sofia Pro Light

*Sofia Pro Light Italic*

Sofia Pro Regular

*Sofia Pro Regular*

Sofia Pro Medium

*Sofia Pro Medium Italic*

Sofia Pro Semi Bold

*Sofia Pro Semi Bold Italic*

Où on doit utiliser Sofia Pro :  
gros titres, sous-titres, et dans le corps des documents

Comment utiliser Sofia Pro :  
MAJUSCULES, Casse du phrase

### RIFT

RIFT REGULAR

RIFT MEDIUM

RIFT DEMI

RIFT BOLD

Où on doit utiliser Rift :  
gros titres et sous-titres

Comment utiliser Rift :  
MAJUSCULES

### ACTIVE

*Active Regular*

Où on doit utiliser Active :  
Gros titres, sous-titres et citations

Comment utiliser Sofia Pro :  
MAJUSCULES, Casse du phrase,  
minuscule



## ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

NIGER LA PAPOUASIE NOUVELLE GUINÉE LE PARAGUAY LES PHILIPPINES LA  
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE LA RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO LA  
RÉPUBLIQUE DOMINICAINE LA ROUMANIE LE ROYAUME-UNI LE RWANDA  
LA SUISSE LA TANZANIE LE TERRITOIRE PALESTINIEN LA THAÏLANDE LA TURQUIE

Blocs de couleur pour  
créer l'équilibre, attirer  
l'œil sur une zone  
spécifique et ajouter de la  
couleur.

Country Ticker - Ceci est une liste de certains  
des pays où nous servons, et on doit l'utiliser à  
la fois comme un élément informatif et élément  
graphique.

Textures blanc cassé, pour créer  
des blocs de couleur, des arrière-  
plans ou un intérêt visuel pour les  
photos ou les pages vierges.

### ATTEINDRE LE LOOK

Les éléments graphiques travaillent ensemble avec les  
couleurs et le texte pour aider en achever le aspect et le  
sensation de TeachBeyond. Ces éléments sont intentionnés  
par être utilise avec l'intention de souligner et soutenir les  
autres éléments et additionner l'intérêt visuel au matérielles.

Ces éléments doivent être utilisés selon la discrétion  
d'utilisateur, et on doit toujours les utiliser avec un œil  
artistique. L'équipe de communications utilisera ces  
éléments le plus souvent, mais ils sont également disponibles  
pour aider les autres à les mettre en œuvre quand il est  
nécessaire.

Bordures « estampillées » pour ajouter un  
intérêt visuel et reconnaître les textiles  
importants trouvés dans le monde entier.



Lignes dessinées à la  
main pour surligner.



A young girl with braids is dancing joyfully in a room decorated with balloons. She is wearing a white dress with a colorful butterfly pattern. Another child in a pink dress is visible behind her, also dancing. The room has blue walls and white plastic chairs in the background.

## PHOTOGRAPHIE ET VIDÉOGRAPHIE

Approche

Exemples

## NOTRE APPROCHE

On a développé une style distinctif basée sur notre personnalité et notre ton, il est une pièce importante de notre marque TeachBeyond.

Nous visons à être dignes, respectueux, prévenants et gracieux envers ceux que nous représentons - en gardant à l'esprit le ton de notre marque : actif, accessible, passionné, enthousiaste, excité, plein d'espoir.

Les visages souriants, le mouvement, la couleur, les espaces éducatifs et les lieux mondiaux sont tous des aspects de la photographie et de la vidéographie que nous espérons voir !

Nous aimons l'aspect de la lumière naturelle, le style photojournalistique, la faible profondeur des champs, les situations crédibles et les photographies et vidéos de haute qualité. Souvent, nous utiliserons des photographies deux teintes en utilisant les couleurs de notre marque, ce qui permet à la photo d'être utilisée comme arrière-plan ou bloc de couleur.







### Vidéo

Les vidéos que nous produisons doivent être authentiques, engageantes et divertissantes, en gardant à l'esprit le ton et le style de notre marque.

Les effets et les transitions doivent suivre le style de TeachBeyond, en utilisant des éléments simples et naturels. Au besoin, les écrans d'introduction ou de fermeture doivent être un graphique ou une animation approuvée.

Les voix off et les interviews doivent être de haute qualité et claires dans la mesure du possible. Musique de fond doit être instrumentale et adapté à l'ambiance, au contenu et au style de la vidéo.

A group of people are running through a field of tall, golden-brown grass. In the background, there is a dense forest of green trees under a clear blue sky. The scene is bright and sunny.

**LANGAGE**

**ET TON**

Approche

Les réseaux sociaux et les  
bulletins d'information

## L'ORTHOGRAPHE DE TEACHBEYOND

Quand on fait référence au TeachBeyond par écrit, écrivez-le comme un seul mot avec le « T » et le « B » en majuscules. On ne doit pas jamais faire référence au TeachBeyond comme Teach Beyond, Teachbeyond, teachbeyond, teachBeyond ou TB.

TEACHBEYOND UTILISE LE STYLE DU CHICAGO MANUAL AFIN DE MAINTENIR LA COHÉRENCE AU SEIN DE L'ORGANISATION.

## TON

**Soyez accessible :** TeachBeyond est tout au sujet de « collecte d'amis », alors écrivez comme si vous parliez à un ami. Ne remplissez pas vos phrases avec du jargon que vos lecteurs pourraient ne pas comprendre.

**Soyez simple :** Une ou deux clauses dans une phrase suffisent. Si vos phrases sont trop compliquées, vos lecteurs seront confus.

**Soyez précis :** Assurez-vous que tous les chiffres et statistiques que vous incluez sont à jour.

**Soyez respectueux :** Ne représentez pas d'autres organisations, cultures, gouvernements ou individus de manière négative.

## CONSEILS D'ÉCRITURE

TeachBeyond préfère que les histoires soient racontées à la première personne.

S'il vous plaît, incluez seulement un espace après d'une point.

## LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LES BULLETINS D'INFORMATION

Le but de ces lignes directrices est de fournir des conseils aux membres de TeachBeyond dans leur utilisation des médias sociaux, y compris, mais sans s'y limiter : bulletins électroniques, blogs, forums, comptes de réseaux sociaux, vidéos, et d'autres sites et services qui permettent aux utilisateurs de partager des informations avec d'autres.

Nous voulons fournir des directives simples et claires pour vous aider à vous sentir à l'aise et confiant en partageant votre vie et vos histoires, impactant vos propres sphères d'influence !

Vous êtes principalement un représentant de Dieu, et ensuite un représentant de TeachBeyond et de vos projets et pays associés. Nous savons que c'est beaucoup, c'est pourquoi nous avons créé ces lignes directrices et vous conseillons que :

**Les choses partagées numériquement peuvent être vues par tout le monde.** Montrez d'humilité, de courtoisie et de respect pour votre pays d'accueil et ses habitants dans votre écriture et votre représentation visuelle. Rappelez-vous que les personnes sur lesquelles vous écrivez peuvent voir ce que vous avez écrit sur eux ou sur leur région.

**Suivez les lois, les politiques et les lignes directrices des projets où vous travaillez,** particulièrement en ce qui concerne le partage d'informations sur les étudiants et les collègues.

Soyez éthique, respectueux et responsable lorsque vous prenez et utilisez des photos d'enfants ou d'adultes vulnérables dans vos bulletins.

**Demandez la permission avant de partager la photo dans votre bulletin.**

**Évitez de partager des informations sensibles** sur d'autres membres, projets ou organisations partenaires de TeachBeyond. Vous n'avez pas besoin de partager le vrai nom d'une personne pour que l'histoire ait un impact.

Prenez soin de vous protéger et de protéger la sécurité les autres en faisant des choix judicieux sur le partage de votre emplacement et de vos interactions.

Gardez à l'esprit que pendant que vous partagez des photos de votre vie, le maintien du professionnalisme est important. Les légendes n'accompagnent pas toujours les photos ou ne sont pas capables de raconter toute l'histoire, donc si une photo existe seule, considérez ce que la photo pourrait communiquer à quelqu'un qui la regarde hors contexte.

Assurez-vous de respecter **la politique de Safeguarding et le Code de conduite de TeachBeyond que vous avez signés.** Vous pouvez trouver cette politique à [teachbeyond.org/safeguarding/policy](https://teachbeyond.org/safeguarding/policy).

N'oubliez pas que pendant que vous êtes un représentant de TeachBeyond, vos commentaires personnels, photos ou vidéos ne parlent pas directement pour notre organisation.

**Gardez conscience que tout ce que vous partagez est permanent, pour toujours et toujours, amen.**

## TRADUCTION

Comme une organisation mondiale, nous avons l'opportunité de fournir des matérielles au gens qui parlent autres langues. Beaucoup des matérielles sont uniques, et seront traduits spécifiquement dans la langue désirée.

Les noms des écoles, camps, et programmes doivent suivre les directrices des groupes représentées. Cependant, il y a un peu des mots et noms que devaient toujours apparaît de cette façon :

**TeachBeyond**

**Beyond Borders**

**LinGo**





**TeachBeyond**

Transformational Education Services

COSTA RICA CZECH  
TIC REPUBLIC OF  
CAN REPUBLIC  
FRANCE GREECE  
UNGARY INDONESIA  
MAURITIUS MEXICO  
APUA NEW GUINEA  
IES ROMANIA  
N RWANDA SPAIN  
NIA THAILAND  
ES OF AMERICA  
LBANIA ARGENTINA  
BOLIVIA BRAZIL  
COLOMBIA COSTA  
IC DEMOCRATIC  
ONGO DOMINICAN  
ETHIOPIA FRANCE  
HAITI HUNGARY  
ZAKHSTAN  
NIGER PALESTINE  
PARAGUAY  
IA RUSSIAN  
A SPAIN  
NIA THAILAND  
BANGLADESH  
IL CAMBODIA  
COSTA RICA CZECH  
TIC REPUBLIC OF  
CAN REPUBLIC  
FRANCE GREECE  
UNGARY INDONESIA