

VISUAL IDENTITY GUIDELINES

LE GUIDE DE L'IDENTITÉ VISUELLE

IN PARTNERSHIP WITH
EN PARTENARIAT AVEC

WADA Partnership Logo Directives

These Guidelines and Directives provide guidance to WADA and its stakeholders in collaborative anti-doping projects, and will serve to ensure that all WADA education and outreach partnership activities:

1. Ultimately promote clean sport.
2. Are as accurate and reliable as possible.
3. Are independent and free of commercial bias.

By assisting in the efforts of partners and stakeholders in the fight against doping in sport, WADA can distribute the anti-doping message on a broader scale to its target audiences: athletes and their entourage, anti-doping organizations, and governments. In turn, partners in the fight against doping can raise the profile of their anti-doping initiatives by highlighting WADA's participation. The enclosed Partnership Logo Directives help to ensure that WADA is correctly represented on all print, web-based, and other visual communication tools related to these programs.

Use Restrictions and Legal Guidelines*

1. The WADA "In Partnership with" logo may not be altered, cut apart, separated, or otherwise distorted in perspective or appearance. The logo must stand alone (e.g., it should not be incorporated into other logo designs). Please refer to the visual guidelines that follow for more detailed sizing and positioning restrictions.
2. The WADA "In Partnership with" logo may never be used in any manner that would imply WADA endorsement of an organization, its products, or its services. Neither the logo nor the WADA name may be used in any other organization name, product name, program name, Web site title, or the like.
3. The WADA "In Partnership with" logo may never be used in a manner that would disparage WADA. Partners and other authorized organizations are responsible for their use of the WADA "In Partnership with" logo, as well as any use by their representatives, such as ad agencies and implementation contractors.
4. WADA will not endorse, directly or through implied endorsement, specific commercial products, services, educational programs, or enterprises.
5. The logo may only be used for the purpose outlined in the WADA "In Partnership with" logo. Partners may not reproduce the WADA "In Partnership with" logo on any materials (T-shirts, key-chains, etc.) or publications for which money is charged without prior approval of WADA.
6. Partners agree to send WADA copies of all printed materials that depict the use of the WADA "In Partnership with" logo.

Review Policy and Violations

- WADA must give final approval of programs/materials that feature the WADA "In Partnership with" logo prior to production.
- The submitted materials will be reviewed for compliance with the guidelines within ten (10) business days of receipt of the materials.
- Materials should be submitted to the WADA Communications Department.
- WADA actively monitors proper use of the WADA "In Partnership with" logo.
- Failure to comply with these guidelines may result in termination of a partner's affiliation.

* The guidelines presented in this document govern the usage of WADA's Partnership Logo, developed for the purposes of partnerships with organizations in the fight against doping in sport. In some cases, WADA's corporate logo may be appropriate for use, and such use must be approved by WADA's Communications Department.

Directives pour le logo de l'AMA pour les partenaires

Ces directives sont conçues pour venir en aide à l'AMA et ses partenaires dans le cadre de leurs projets de collaboration de lutte contre le dopage et permettent de s'assurer que ces activités d'éducation et de sensibilisation de l'AMA suivent les principes suivants :

1. Font la promotion d'un sport sans dopage;
2. soient précis et efficaces; et
3. diffusent un message indépendant et impartial.

En soutenant les partenaires dans leurs activités de lutte contre le dopage, l'AMA peut diffuser le message antidopage à ses groupes cibles, notamment les sportifs et leur entourage, les organisations antidopage et les gouvernements. À leur tour, les partenaires de la lutte contre le dopage peuvent augmenter la visibilité de leurs initiatives antidopage en soulignant la participation de l'AMA. Les directives d'utilisation du logo de l'AMA veillent à ce que l'AMA soit bien représentée dans tous les outils de communication imprimés et Web relatifs à ces programmes.

Restrictions quant à l'utilisation et directives légales*

1. Le logo de l'AMA pour les partenaires ne peut être modifié, scindé ou altéré de quelque manière que ce soit. Le logo doit apparaître seul (il ne doit pas être intégré à un autre logo). Veuillez consulter les directives sur l'identité visuelle qui suivent pour connaître les restrictions par rapport aux dimensions et à la mise en page du logo.
2. Le logo de l'AMA pour les partenaires ne doit jamais être utilisé de façon à laisser entendre que l'AMA approuve les activités d'une organisation, ses produits, ses programmes, son site Web ou tout autre élément du même genre.
3. Le logo de l'AMA pour les partenaires ne doit jamais être utilisé de façon à porter préjudice à l'AMA. Les partenaires, ou les autres organisations autorisées, sont responsables de l'utilisation qu'ils font du logo de partenariat de l'AMA, et de son utilisation par leurs propres représentants, notamment les agences publicitaires et les partenaires responsables de la mise en œuvre.
4. L'AMA n'endossera jamais, directement ou indirectement, de programmes éducatifs, d'entreprises, de produits ou de services commerciaux particuliers.
5. Le logo ne peut être utilisé que selon les conditions établies dans l'entente de partenariat. Les partenaires ne peuvent reproduire le logo de l'AMA pour les partenaires sur tout matériel (t-shirt, porte-clés, etc.) ou dans toute publication contre rémunération sans le consentement préalable de l'AMA.
6. Les partenaires acceptent de faire parvenir à l'AMA des copies de tout matériel imprimé où figure le logo de l'AMA.

Politique de révision et violation des règles

- L'AMA doit approuver les programmes/le matériel présentant son logo, avant la production.
- Le matériel soumis sera passé en revue afin d'en valider la conformité dans les dix (10) jours à partir de la date de réception.
- Le matériel doit être soumis au département Communication de l'AMA.
- L'AMA supervise diligemment toute utilisation du logo pour les partenaires.
- Les partenaires qui contreviennent aux directives d'utilisation du logo sont assujettis à la révocation de leur partenariat avec l'AMA.

* Les directives présentées dans ce document régissent l'utilisation du logo de l'AMA, créé pour les partenariats avec les organisations de lutte contre le dopage dans le sport. Dans certains cas, il se peut que l'utilisation du logo de l'AMA soit appropriée, dès lors son utilisation doit être approuvée par le département Communication de l'AMA.

2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC

In partnership with



En partenariat avec



In partnership with



En partenariat avec



Full written variation of the logo with or without the tagline

Version écrite au long du logo avec ou sans le slogan

2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC

In partnership with



En partenariat avec



In partnership with



En partenariat avec



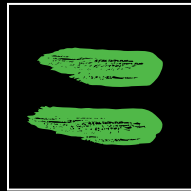
Simplified variation of the logo

Version simplifiée du logo

ADDITIONAL LOGOS / LOGOS ADDITIONNELS

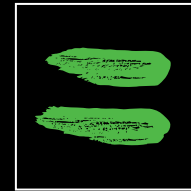
2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC

In partnership with



**WORLD
ANTI-DOPING
AGENCY**
play true

En partenariat avec



**AGENCE
MONDIALE
ANTIDOPAGE**
franc jeu

Variations of the logo on black background

Différentes versions du logo sur fond noir

ADDITIONAL LOGOS / LOGOS ADDITIONNELS

2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC

In partnership with



En partenariat avec



In partnership with



En partenariat avec



Black and white variations

Versions noir et blanc

2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC

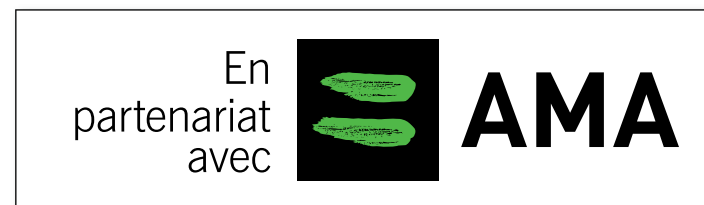


The protective zone is based on the thickness of the lower stroke of the equal sign in the logo: it is consistent for all variations to ensure continuity.

La zone de protection est basée sur l'épaisseur de la bande inférieure du signe « égal » du logo; celle-ci se retrouve dans toutes les déclinaisons de la marque, ce qui assure ainsi l'homogénéité du branding.

ADDITIONAL LOGOS / LOGOS ADDITIONNELS

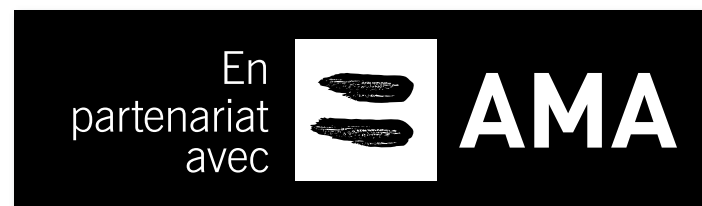
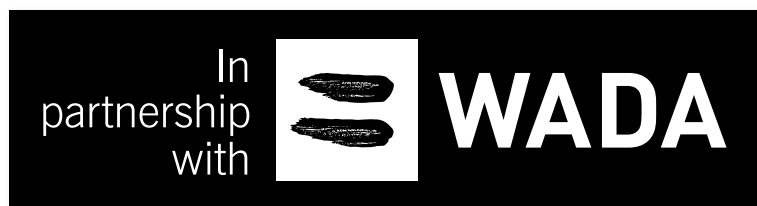
2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC



This variation of the logo can be used in a horizontal box to facilitate the integration of the branding.

Cette version est possible pour faciliter l'intégration du logo.

2.5 IN PARTNERSHIP WITH / EN PARTENARIAT AVEC



Black and white variations

Versions noir et blanc

ADDITIONAL LOGOS / LOGOS ADDITIONNELS



